

# Politisk journalistikk i en profesjonalisert presse

– en analyse av valgdekningen i Aftenposten,  
Bergens Tidende, Dagsavisen og VG de siste tre  
ukene før stortingsvalget i 2001



**Lars Henie Barstad**

Hovedoppgave i medievitenskap for cand.polit.-graden  
Institutt for medier og kommunikasjon  
Universitetet i Oslo  
Våren 2003

## Sammendrag

I denne hovedoppgaven analyserer jeg valgkampdekningen i avisene Aftenposten (kun morgenutgaven), Bergens Tidende, Dagsavisen og VG (Verdens Gang) de siste tre ukene før stortingsvalget 10. september 2001. Hensikten er å betrakte avisenes ivaretagelse av sin demokratiske rolle ved å besvare tre problemstillinger, med mest vekt på den tredje: *I) Var det stor variasjon i temaområdene avisene omtalte på nyhetsplass, eller var prioriteringene forholdsvis like? II) Hvordan prioriterte avisene mellom de politiske sakene (substansen) og det politiske spillet på nyhets- og leder-/kommentarplass? III) I hvilken grad var avisenes tidligere partitilknytning fortsatt synlig i valgkampdekningen?* Jeg forsøker å påvise at det finnes mange likheter i temaområdene avisene omtalte, selv om jeg også peker på variasjoner innenfor enkelte temaområder. Min konklusjon er at det ikke er grunnlag for å hevde at de fire avisene «jaktet i flokk» i forkant av valget. Mitt svar på problemstilling II er at 30 prosent av artiklene på nyhetsplass og 55 prosent av artiklene på leder- og kommentarplass kan betraktes som «spill»-orienterte. Som svar på problemstilling III hevder jeg at avisenes tidligere partitilknytning hadde liten påvirkning på avisenes politiske dekning på nyhetsplass, men at enkelte av leder- og kommentarartiklene tilkjenner – direkte eller indirekte – et *politisk grunnsyn*. Dette grunnsynet er imidlertid ikke knyttet direkte til politiske *partier*, og det er således ikke grunnlag for å hevde at noen av de fire avisene fremdeles er partiaviser. Mot slutten av oppgaven beskriver jeg fremstillingen av to temaer som utpekte seg under valgkampen: «Sykelønssaken» – som ble en føljetong med sin egen dynamikk, der aktiv journalistikk bidro til sakens dramaturgi – og behandlingen av Sosialistisk Venstreparti, der jeg mener journalistikken var svært personorientert og lite kritisk. Formålet er her å rette søkelyset mot avisenes ulike bruk av journalistiske fremstillingsformer.

## Summary

In this post-graduate thesis I analyze the coverage of the election campaign in the newspapers Aftenposten (only the morning edition), Bergens Tidende, Dagsavisen and VG (Verdens Gang) the last three weeks before the parliamentary election September 10th 2001. My purpose is to view the newspapers' conduct of their democratic role by answering three questions, with most attention on the third: *I) Was there a large variety in the theme areas the newspapers reported in their political news stories, or were the priorities quite similar? II) How were the newspapers' priorities concerning the political issues (substance) versus the political game in the news stories, editorials and commentaries? III) To what extent were the newspapers' former party bias visible in the coverage of the campaign?* I try to demonstrate that there are many similarities in the theme areas the newspapers reported on, although I also point out differences in certain areas. Based on this I argue that there is no reason to claim that the four newspapers «hunted in a crowd» before the election. My answer to question II is that 30 per cent of the news articles and 55 per cent of the editorials and commentaries may be regarded as «game»-orientated. In answering question III I claim that the newspapers' former party bias had minimal influence on the political news stories, but that some of the editorials and commentaries expressed – directly or indirectly – a basic political view. This view is, however, not linked directly to the political *parties*, and therefore there is no basis for claiming that any of the four newspapers can still be regarded as party press. Towards the end of this thesis I describe the representation of two themes that distinguished themselves during the campaign: the «sick pay case» («sykelønssaken») – which became a sequel with its own dynamic, in which active journalism created the dramaturgy of the case – and the treatment of Sosialistisk Venstreparti (The Socialist Left Party), where I claim that the journalism was very personalized and not very critical. The aim here is to demonstrate the newspapers' different use of journalistic representation forms.

## Forord

Flere personer har vært viktige under arbeidet med denne hovedoppgaven. Først og fremst vil jeg takke professor Ragnar Waldahl for meget god, grundig og inspirerende veiledning. Mine foreldre fortjener en stor takk for å ha gitt meg god støtte, både åndelig og ikke minst økonomisk, i de trange tidene etter at Lånekassen sa stopp. Min søster Heidi har også vært svært hjelpsom. Kaare Mikael Bilden skal ha en stor takk for sin innsats som inspirerende og givende rådgiver, oppmuntrer og korrekturleser. Haakon Sandvik og Vigdis Wæhre har vært inspirerende frokost- og lunsjpartnere, og fortjener også en stor takk for korrekturlesning. Jeg er meget takknemlig overfor redaktørene Arne Strand, Harald Stanghelle, Olav Kobbeltveit, Thor Gjermund Eriksen og Olav Versto som – i en travel hverdag – tok seg tid til å besvare mine spørsmål. Jeg vil også takke Inge Grødum, som har gitt meg tillatelse til å bruke tegningen hans – hentet fra Aftenpostens valgbilag 12. september 2001 – på forsiden av denne oppgaven. Espen Blystad fortjener takk for innføring i dataprogrammet SPSS og utlån av litteratur, og stiftelsen Fritt Ord skal ha en stor takk for tildelingen av et raust stipend. Sist, men aldeles ikke minst, vil jeg takke Bodil, som i den siste tiden har gjort livet langt enklere å leve.

Oslo, 22. mai 2003

Lars Henie Barstad

## Prolog

Fire store begivenheter preget norske nyhetsmedier i august og september 2001: Kronprinsbryllupet 25. august, problemene for det norske lasteskipet «Tampa», som tok ombord 460 båtflyktninger i slutten av august og ble nektet adgang til Australia, stortingsvalget 10. september og terrorangrepet mot World Trade Center i New York 11. september.

Kronprinsbryllupet var ubeleilig plassert midt i valgkampen, og konsekvensen av dette er det vanskelig å si noe sikkert om. Tall fra Opinions valgarometre for Aftenposten viser imidlertid at hver sjette velger bestemte seg for hvilket parti han eller hun ville stemme på tre uker før valget. Etter bryllupet sank mobiliseringen. Kommentator Håvard Narum skrev i Aftenposten 6. november 2001 at det ikke er

mulig å slå fast med sikkerhet hvor viktig det egentlig var at vi denne gangen hadde en valgkamp i to omganger med pause i forbindelse med kronprinsparets bryllup 25. august. [...] Vi kan i alle fall slå fast at velgernes engasjement ikke tok seg opp etter bryllupet.

Også spenningen rundt regjeringsspørsmålet fikk en liten knekk da to passasjerfly traff World Trade Center i New York dagen etter valget. Forhandlingene mellom partiene fortsatte imidlertid ufortrødent. Til tross for et av tidenes dårligste valgresultater for Arbeiderpartiet, ville ikke daværende statsminister Jens Stoltenberg kaste kortene før regjeringsspørsmålet var avklart. Først flere uker etter valget kunne Kjell Magne Bondevik presentere sin nye regjering — Bondevik II — bestående av Høyre, Kristelig Folkeparti og Venstre.



Valgplakater fotografert høsten 2001.

# **Innholdsfortegnelse**

## **Kapittel 1: Innledning og problemstillinger**

1.1 Innledning.....	1
1.2 Problemstillinger.....	5
1.2.1 Problemstilling I.....	7
1.2.2 Problemstilling II.....	10
1.2.3 Problemstilling III.....	14
1.3 Oppgavens struktur.....	17

## **Kapittel 2: Avisutvalget**

2.1 Aviskarakteristikker.....	19
2.2 Aftenposten.....	20
2.3 Bergens Tidende.....	23
2.4 Dagsavisen.....	25
2.5 VG (Verdens Gang).....	27

## **Kapittel 3: Teoretiske perspektiver**

3.1 Medier, demokrati og valgkamp.....	31
3.2 Mediene som kanal, arena og aktør.....	33
3.3 Dagsordenfunksjonen, priming og framing.....	37
3.4 Journalistisk profesjonalisering.....	39
3.5 Mediene som en politisk institusjon.....	41
3.6 Habermas og den borgerlige offentlighet.....	44
3.7 Intimitetens tyranni og politikernes image.....	47

## **Kapittel 4: Metodisk tilnærming**

4.1 Enheter.....	50
4.2 Kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse.....	52
4.3 Mangfoldet i avisdekningen.....	55
4.4 Spill og substans.....	56
4.5 Vurderingen av nyhetsartiklene.....	56
4.6 Behandlingen av partiene på leder- og kommentarplass.....	56
4.7 Vurderingen av fjernsynsdebatter.....	58
4.8 Intervjuer.....	58
4.9 Validitet, generalisering og presisjon.....	60
4.10 Eierskap og lesere.....	62

## **Kapittel 5: Forskjeller i avisenes dekning av ulike temaområder**

5.1 Antallet artikler.....	64
5.2 Temavariasjonen på nyhetsplass.....	64
5.3 Temavariasjonen for hver uke.....	68
5.4 Skrev avisene om det samme?.....	70

## **Kapittel 6: Spill og substans**

6.1 Andelen spill og substans i nyhetsartiklene.....	73
6.2 Fordelingen av spill-artiklene på temaområder.....	75
6.3 Spill og substans i leder- og kommentarartiklene.....	76
6.4 Balansen mellom spill og substans.....	77

## **Kapittel 7: Avisenes partiomtale på nyhetsplass**

7.1 Mengden av partiomtale i avisene.....	79
7.2 Den samlede dekningen.....	82
7.3 Arbeiderpartiet.....	83
7.4 Høyre.....	84
7.5 Kristelig Folkeparti.....	84
7.6 Venstre.....	85
7.7 Senterpartiet.....	86
7.8 Sosialistisk Venstreparti.....	87
7.9 Fremskrittspartiet.....	87
7.10 Fortsatt partipresse på nyhetsplass?.....	88

## **Kapittel 8: Avisenes partiomtale på leder- og kommentarplass**

8.1 Artiklenes utvelgelse, antall og innhold.....	90
8.2 Mengden av omtale av partiene.....	91
8.3 Analyseresultater for leder- og kommentarartiklene.....	92
8.4 Lederartiklene på valgdagen.....	100
8.5 Vurderingen av fjernsynsdebattene.....	105
8.6 Fortsatt partibindinger på leder- og kommentarplass?.....	107

## **Kapittel 9: Sykelønn og Sosialistisk Venstreparti**

9.1 Sykelønnssaken.....	110
9.2 Politisk journalister – groupies for Kristin Halvorsen?.....	116

## **Kapittel 10: Oppsummering og konklusjon.....**

123

## Oversikt over tabeller

### Kapittel 5

Tabell 1: Prosentvis fordeling av saker på ulike temaområder i de fire avisene.....	66
---	----

### Kapittel 6

Tabell 1: Den totale prosentandelen spill- og substansartikler i de fire avisene.....	73
Tabell 2: Prosentandelen spill- og substansartikler i avisene fordelt på de tre ukene.....	74
Tabell 3: Fordelingen av spillartiklene på temaområder (prosent).....	75
Tabell 4: Prosentvis fordeling av spillartiklene på temaområder i de fire avisene fordelt på uker.....	75
Tabell 5: Andelen spill- og substansartikler i leder- og kommentarartiklene.....	76

### Kapittel 7

Tabell 1: Prosentvis omtale av de ulike partiene i nyhetsartiklene.....	79
Tabell 2: Den samlede vurderingen i Dagsavisen, Aftenposten, Bergens Tidende og VG.....	82
Tabell 3: Omtalen av Arbeiderpartiet.....	83
Tabell 4: Omtalen av Høyre.....	84
Tabell 5: Omtalen av Kristelig Folkeparti.....	85
Tabell 6: Omtalen av Venstre.....	85
Tabell 7: Omtalen av Senterpartiet.....	86
Tabell 8: Omtalen av Sosialistisk Venstreparti.....	87
Tabell 9: Omtalen av Fremskrittspartiet.....	87

### Kapittel 8

Tabell 1: Prosentvis omtale av de ulike partiene i leder- og kommentarartiklene.....	91
Tabell 2: Gjennomsnittet av AB-indeksene for partiene.....	93

# **Oversikt over vedlegg**

## **Tabeller**

**Vedlegg 1: Prosentvis fordeling av temaområdene som hadde fremgang fra første til tredje uke i de fire avisene.**

**Vedlegg 2: Prosentvis fordeling av temaområdene som hadde nedgang fra første til tredje uke i de fire avisene**

**Vedlegg 3: Prosentvis fordeling av temakategorien «annet» fordelt på de tre ukene**

**Vedlegg 4: Fordelingen av temaer i leder- og kommentarartiklene**

**Vedlegg 5: Vurdering av fjernsynsdebattene i de fire avisene**

**Vedlegg 6: Valgresultatet**

**Vedlegg 7: Intervjuguide**



# 1. Innledning og problemstillinger

## 1.1 Innledning

Etter en valgkamp stilles gjerne spørsmålet: «Var det mediene som avgjorde valgkampen?». Da er det fristende på svare som tidligere statsminister Kåre Willoch hadde for vane: «Spørsmålet er feil stilt!».

Valgkampen i mediene er en helt avgjørende del av valgkampen. Å spørre om mediene avgjorde valgkampen, er som å spørre om fotballkampen avgjorde resultatet, eller om rettssaken avgjorde rettssaken. Mediene avgjorde valgkampen på samme måte som valgkampen avgjorde valgkampen. For medievalgkampen er en helt sentral del av en moderne valgkamp – mer enn at den er en dekning av valgkampen «der ute» i virkeligheten et sted (Martin Eide 1999: 23).

Det er liten tvil om at massemediene spiller en svært sentral rolle under en valgkamp. «Massmedierna ökar intresset för den politiska världen; när valkampanjen är i antågande väcker massmedierna den politiska människan til livs. Den stora medieuppmärksamheten blir en signal som för den breda massan talar om att det är dags att ikläda sig väljarrollen», skriver den svenske medieforskeren Kent Asp (1986: 275). I denne oppgaven skal jeg se nærmere på valgkampdekningen i fire aviser de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001.

I tradisjonell kommunikasjonsforskning har man sett på hvordan *budskap* overføres fra en *sender* til en *mottaker* (McQuail 1994: 36-37). Under en valgkamp er de politiske partiene sendere, og de har flere kanaler til de potensielle mottakerne, som er den stemmeberettigede delen av befolkningen. Tor Bjørklund (1991) skiller mellom *direkte* og *indirekte* kanaler, samt en tredje *hemmelig* kanal. Den direkte kanalen går gjennom umediert kontakt med velgerne, enten dette skjer på store fellesmøter eller gjennom personlige samtaler. Den indirekte kontakten formidles gjennom massemediene, og Bjørklund skiller mellom en *kontrollert* og en *ukontrollert* variant. Blant de kontrollerte mediene er partiprogrammer, reklame og den tradisjonelle partipressen – medier der partiene selv er med på å utforme presentasjonen av sine budskap. De ukontrollerte mediene er blant annet fjernsyn, radio og politisk selvstendige aviser, som redigeres etter journalistiske og markedsstyrte kriterier.

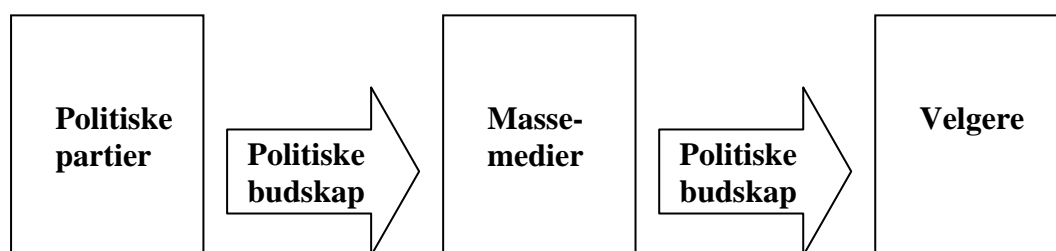
Bjørklund skriver at bruken av meningsmålinger har økt kraftig i Norge. De politiske partiene startet selv med dette i 1949, og det kan betegnes som en hemmelig kanal mellom velgere og partier (1991: 281). Jeg er enig i at partienes egne meningsmålinger til internt bruk kan betraktes som en hemmelig kanal, men i de

senere årene har også *nyhetsmedienes* bruk av meningsmålinger økt betraktelig.<sup>1</sup> Disse meningsmålingsresultatene blir dermed en del av partienes indirekte kanal til velgerne gjennom massemediene.

Det er liten tvil om at denne indirekte kanalen til velgerne er blitt partienes dominerende kanal. Det er derfor svært viktig for politikerne å kunne få sine budskap gjennom medienes «portvakter»:

Stakkars politikere, de har jo ikke noe valg, de lever jo på vår nåde. Det er klart at politikerne er helt avhengige av å slå igjennom, spesielt i fjernsynet, men også i avisene for å få velgere – det er jo deres kommunikasjonskanal. Det er jo ikke lenger mulig å gå på massemøter, og dermed må de jo på en måte innrette seg etter oss. [...] De burde vært tøffe og boikottet, for de mener jo at vi er noe herk, men det tør de jo ikke. Det ville vært et virkelig sjansespill (Aslak Bonde, tidligere politisk journalist i Aftenposten, nå redaktør av nettstedet Politiskanalyse.no. Sitert i Bilden et al. 2001).

Kommunikasjonsrekken for partienes indirekte kanal til velgerne kan fremstilles som i figur 1. Denne modellen har jeg laget som en tradisjonell, enlinjet kommunikasjonsmodell, hvilket var vanlig i medievitenskapens barndom. Fordelen med en slik enkel modellvariant er at den klart og tydelig fremstiller en informasjonsrekke; selv om nyanser forsvinner. Kommunikasjonsrekken er fremstilt mer dynamisk i en modell på side 36, der også medienes *aktørrolle* er tydeliggjort.



Figur 1: Mediert politisk kommunikasjon (tradisjonell, enlinjet kommunikasjonsmodell)

Mange betrakter fjernsynet som det viktigste mediet i det politiske liv (Waldahl 1999: 126; Bjørklund 1991: 282); valgkamp er i økende grad «blitt identisk med medievalgkamp, med fjernsynet som det sentrale mediet» (Allern 2001: 15). Det er flere grunner til dette. Åpningen av fjernsynskanalenes valgssendinger oppfattes ofte som starten på valgkampen, sendingene er stort sett riksdekkende og har dermed et større publikum enn de fleste aviser, og sendingene blir ofte gjort til utgangspunkt for nyheter i andre medier – for eksempel i form av aviskåringer av hvem som «vant»

<sup>1</sup> Allerede ved stortingsvalget i 1945 benyttet VG en valgprognose fra byrået Fakta, og den viste seg å være treffsikker. Fabrikkeier Johan H. Andresen, som var aktiv under opprettelsen av VG, var skeptisk til dette. «Dette første forsøket på å ta i bruk den moderne samfunnsvitenskap, falt Andresen tungt for brystet. Han mente prognosen hadde påvirket valgresultatet», skriver Eide (1995: 104).

debatten. «Den skjulte redaktør i de fleste norske aviser er TV», sa Dagbladets daværende redaktør Arve Solstad til avisen *Farmand* i 1986 (sitert i Mathiesen 2002: 230), og denne tendensen har definitivt ikke blitt svakere med årene. Stein Hernes, politisk rådgiver for Arbeiderpartiets leder og statsministerkandidat Jens Stoltenberg, har uttalt at

television debates are not important only because of the debate itself. The fact that you will get a mark in the paper the day after is almost as important (Skårdalsmo 2001: 63).

Fjernsynet blir ofte betraktet som et mindre krevende medium å bruke sammenlignet med avisen (Patterson 1980: 57), og det skaper en større *nærhet* til politikerne enn de trykte mediene: «Mens politiske lederes plattform tidligere hevet dem opp og over publikum, både bokstavelig og symbolsk, minimaliserer fjernsynet avstanden mellom politiker og publikum» (Krogstad 1999: 15). En undersøkelse foretatt av Opinion AS på vegne av *Media 2003* viser at 63 prosent av publikum og 58 prosent av de spurte journalistene mener at fjernsynet er det mediet som har størst påvirkningskraft i en valgkamp (Journalisten.no 21. mars 2003). Tidligere SV-leder Erik Solheim mener at politikerne prioriterer på følgende måte:

De politikerne som er tilstrekkelig kjent til at de kan velge og vrake, ønsker sjølsagt først og fremst å nå ut gjennom medier med stor gjennomslagskraft. TV er alltid viktigst. Enkelt og kynisk vurdert vil politikere helst selge en nyhet til NRK1 eller TV2, alle andre tv-kanaler er for små til å bety stort. Nest etter TV følger VG og Dagbladet som de eneste to riksdekkende avisene i Norge, samt NRK radio. Har du en mer krevende sak der du trenger spalteplass for å gjøre rede for ditt syn, er Aftenposten, Dagsavisen eller de store regionavisene aktuelle (Solheim 1999: 317).

Amerikanske undersøkelser har imidlertid vist at publikum har lettere for å huske det de har lest i avisen enn det de har sett på fjernsynet.

Newspaper readers have more control over the content of their source. Its news can be read and digested as quickly or as slowly as the individual's reading ability and inclination permit (Patterson 1980: 63).

Samtidig inneholder avisartiklene stort sett mer informasjon enn et gjennomsnittlig nyhetsinnslag på fjernsyn (Willnat 1997: 63)<sup>2</sup>, de kan leses til alle døgnets tider, og det er først og fremst *meningsinnholdet* som er det sentrale – det har vist seg at fjernsynspublikummet ofte er mer oppmerksomme på bildene enn det som blir sagt (Patterson 1980: 63).

Memory research has demonstrated, for example, that brain activity is greater for reading than watching television (Willnat 1997: 63)

---

<sup>2</sup> Dette gjelder ikke de separate valgsendingene på fjernsyn, som varer lenger og inneholder mer informasjon enn nyhetssendingene.

Amerikanske undersøkelser antyder at aviser påvirker publikums dagsorden i større grad enn fjernsyn, spesielt i begynnelsen av valgkampen (McCombs 1976: 3). Det er imidlertid vanskelig å avdekke slike forskjeller. Blant annet er det problematisk å finne personer som bare henter informasjon fra ett medium, og nyhetsinnholdet i aviser og fjernsyn er forholdsvis likt (Waldahl 1992: 162). Den eneste undersøkelsen som har sammenlignet *primingeffektene* (se kapittel 3.3) mellom fjernsynsseere og avislesere, fant få forskjeller (Willnat 1997: 64).

Ifølge rapporten *World Press Trends 2002* fra World Association of Newspapers hadde Norge i 2001 det høyeste antallet solgte aviser i verden med 705,5 eksemplarer per tusen innbygger (*Tidningarnas opplaga*). Dette tallet viser at aviser utgjør en svært viktig informasjonskilde for nordmenn, og denne informasjonskilden står formelt friere til å velge en politisk profil enn det som gjelder de store fjernsynskanalene NRK og TV2. Vedtektene for NRK stiller fortsatt krav om allsidighet, upartiskhet, saklighet og vesentlighet, men det er viktig å påpeke at den redaksjonelle friheten nå er reelt sett større enn tidligere. Ved stortingsvalget i 2001 valgte fjernsynskanalene selv ut deltagerne til valgprogrammene ut fra hvilke politiske saker og partier som ble oppfattet som mest interessante. Dette skiller seg kraftig ut fra «stoppeklokke-demokratiet» som preget fortidens valgsendinger, der rettferdig tildeling av taletid var en viktig målsetting (Sørebo 1970; Aftenposten 11. august 2001).<sup>3</sup> Geir Helljesen, NRKs «valgkampveteran», har uttalt at konkurransen fra TV2<sup>4</sup> tvang NRK til å «gjenoppfinne» sin valgkampdekning. Han bekrefter at det er journalistiske kriterier, ikke partienes størrelse, som avgjør hvem som får slippe til (Skårdalsmo 2001: 47).

Også TV2 er forpliktet til å drive allmennkringkasting, og til tross for at konsesjonsvilkårene ikke har nedfelt objektivitetskrav, er det hensiktsmessig for kanalen å forholde seg til NRKs retningslinjer (Raaum 1999: 57).

Aviser kan for sin del trygt avvise krav om allsidighet eller proporsjonalitet i sin journalistikk. I partipresseperioden falt slike krav på sin egen urimelighet, og i sin nyervervede uavhengighet kan avisene nøye seg med å vise til at de i ett og alt bygger på journalistiske kriterier (ibidem).

«Det är samverkan mellan uppmärksamheten i tryckte medier och TV-mediet som åstadkommer de store effektarna», skriver Asp om medienes politiske dekning (1986: 276), og dette sier flere norske journalister og partistrateger seg enig i (Skårdalsmo

---

<sup>3</sup> Under valgkampen i 2001 klaget blant andre RV, Venstre og Kystpartiet på at de ble utstengt fra viktige fjernsynsdebatter.

<sup>4</sup> TV2 startet sendingene i 1992, 32 år etter den offisielle åpningen av NRKs fjernsynssendinger.

2001: 63-64). I denne oppgaven har jeg valgt å konsentrere meg om den politiske journalistikken<sup>5</sup> i avisene *Aftenposten* (kun morgenutgaven), *Bergens Tidende*, *Dagsavisen* og *VG* de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001 – hvilket vil si fra og med 20. august til og med 10. september 2001. Valget av avisanalyse i denne oppgaven skyldes – i tillegg til at jeg mener aviser spiller en svært viktig rolle i norsk offentlighet – en sterk interesse for avisjournalistikk.

Det har lenge vært debattert om den tradisjonelle høyre-venstre-aksen fortsatt er fruktbar ved inndelingen av politiske standpunkter og partier, og flere alternative skillelinjer er blitt introdusert. En svakhet ved denne aksen er at den er blitt tillagt et noe varierende meningsinnhold og er blitt målt på ulike måter (Aardal 1999: 89). Likevel viser intervjuundersøkelser fra flere land, der respondenter får beskjed om å plassere seg selv på en skala der det ene ytterpunktet defineres som «venstre», og det andre som «høyre», at «høyre-venstre-skalaen fanger opp en grunnleggende verdiorientering som har avgjørende betydning for velgernes oppfatninger både når det gjelder politiske stridsspørsmål og valg av parti» (ibidem). Selv om tradisjonelle motstandere langs høyre-venstre-aksen, som Arbeiderpartiet og Høyre, har nærmet seg hverandre<sup>6</sup>, betyr ikke dette at aksen er uinteressant ved studier av norsk politikk. Jeg vil derfor benytte denne aksen i oppgaven.

I oppgaven bruker jeg begrepet «medier» som en betegnelse på journalistiske produkter – ikke rene fiksjonsprodukter, som vanligvis også omfattes av begrepet (Raaum 1999: 11).

## 1.2 Problemstillinger

I en oppgave om pressens dekning av en valgkamp er det mange mulige problemstillinger. Mitt utgangspunkt er at mediene spiller en viktig demokratisk rolle, og jeg har derfor ønsket å formulere problemstillinger som kan belyse viktige sider av avisenes ivaretagelse av denne rollen.

Den offisielle begrunnelsen for å innføre pressestøtten i Norge i 1969 var å bevare en differensiert presse og hindre monopolisering<sup>7</sup> (Svåsand et al. 1997: 116). I

---

<sup>5</sup> For nærmere avgrensning av «politisk journalistikk», se kapittel 4.1.

<sup>6</sup> Voteringsdata fra Stortinget på begynnelsen av 1990-tallet viser at Arbeiderpartiet og Høyre stemte likt i rundt 70 prosent av avstemningene (Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjenestes Voteringsarkiv, gjengitt i Aardal 1999: 89).

<sup>7</sup> Flere hevder imidlertid at den *uoffisielle* begrunnelsen for å innføre pressestøtten er annerledes. Per Olav Reinton hevder at hensikten «var å redde arbeiderpartiavisene som var mest utsatt. Særlig presset

et demokrati er det viktig at ulike saker kommer frem i lyset, slik at de stemmeberettigede får tilgang til ulike informasjonskilder som kan danne utgangspunkter for egne meninger. Dette forutsetter imidlertid at de forskjellige mediene ikke blir for like når det gjelder hvilke saker som dekkes. For å bruke Arnulf Øverlands ord:

Ikke bare opplysninger vil vi ha. I pressen vil vi også følge med i den offentlige debatt om alle tidens spørsmål. Og det skal være en allsidig diskusjon, hvor enhver nogenlunde fornuftig og nogenlunde velbegrunnet mening kan komme til orde. Det kan bare skje, når flere aviser med støtte i forskjellige befolkningslag og ut fra forskjellige synspunkter forfekter hver sin mening (Øverland 1946: 154).

Selv om avisene i dag i mindre grad enn tidligere fremstår som talerør for forskjellige politiske ståsteder, er det fortsatt viktig at innholdet er variert.

Det er også viktig at velgerne får kjennskap til hvordan partiene stiller seg til de forskjellige politiske *sakene*, slik at de kan forholde seg til disse – ikke bare til betraktninger om *spillet* rundt politikken. I de senere årene er det også blitt et viktig journalistisk ideal at avisene forlater sine gamle partisympatier og langt på vei forsøker å etterstrebe nøytralitet og meningsmangfold i den politiske dekningen, i hvert fall på nyhetsplass. Årsaken til dette er avisenes troverdighet:

Det ble umulig å ha troverdighet blant leserne når de samme leserne visste at avisene bare var etterplaprerer for x og y politiske parti. [...] De nære forbindelsene mellom avis og parti var ødeleggende for avisenes tillit blant publikum (Simensen 1999: 10).

I denne oppgaven har jeg valgt å behandle tre problemstillinger tilknyttet det politiske innholdet i avisene de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001. Felles for problemstillingene er at det er avisenes politiske *representasjoner* jeg ønsker å undersøke: «Representasjoner er ting og fenomener i den tapning de fremstår for oss, altså ikke tingene i seg selv, men tingene silt gjennom det som kommer mellom oss og verden: sproget, kategoriene osv.» (Neuman 2001: 33). I denne oppgaven er «tingen» politikken og «silen» massemediene, nærmere bestemt de fire avisene jeg har analysert.

Jeg har formulert følgende problemstillinger – den tredje og siste problemstillingen er den viktigste i denne oppgaven, og er viet mest plass:

---

var de i byene. Pressestøttens begrunnelse er ikke å støtte de minste avisene, slik mange tror, hensikten er å støtte arbeiderpartiavisene – eller nummer to-avisene, som det heter i pressestøtte-språket. Ideen ble formulert i en generell form: Det gjelder å ha minst to aviser på hvert utgiversted. Det er det som i norsk retorikk kalles en differensiert presse» (Reinton 1990: 129). Ordningen ble riktignok innført under Per Bortens borgerlige samlingsregjering, men endringer ble innført under senere regjeringer. I 1974 fikk Arbeiderpartiregjeringen kritikk fordi pressestøtten «hadde en tendens til å bli regulert slik at Arbeiderbladet ble begunstiget» (Ottosen 1996: 349). Fortsatt er det tidligere arbeiderpartiorganet Dagsavisen den avisen i Norge som mottar mest i pressestøtte (se kapittel 2.4).

*I. Var det stor variasjon i temaområdene avisene omtalte på nyhetsplass, eller var prioriteringene forholdsvis like?*

*II. Hvordan prioriterte avisene mellom de politiske sakene (substansen) og det politiske spillet på nyhets- og leder-/kommentarplass?*

*III. I hvilken grad var avisenes tidligere partitilknytning fortsatt synlig i valgkampdekningen?*

Disse tre problemstillingene besvares i kapitlene 5-8. I kapittel 9 vil jeg se nærmere på to temaer jeg mener utmerket seg under valgkampen i 2001: «Sykelønnssaken» og omtalen av Sosialistisk Venstreparti. I oppgavens avslutning vil jeg også kort diskutere noen normative betraktninger i forhold til pressedekningen av valgkampen.

### **1.2.1 Problemstilling I**

Hvis vi går nærmere inn på hva avisene inneholder, så er det forbløffende likt, det som står i avisene rundt om i landet. [...] Journalistene etterlikner sildas ferd i havet, ser det ut til, og det er vel noe i det at konkurransen mellom journalistene fører til at de ikke så lett slipper hverandre av syne når de er på jobb (Per Olav Reinton 1990: 129-130).

Det er ofte blitt hevdet at journalister fra forskjellige medier i stor grad er opptatt av de samme sakene, og dekker disse på ganske lik måte – de opptrer som «flokkdyr» eller «stimfisk» (Allern 2001: 294; Solheim 1999: 320). Ifølge Asp (1986: 68) er dette en tendens som er blitt mer markant med årene – til tross for at de forskjellige nyhetsmediene konkurrerer med hverandre.

Det er flere forklaringer på at journalistene gjør dette. «They know their editors are gauging the quality of their work on the basis of what the competition is doing», skriver Sharon Dunwoody (1997: 161). Redaktører ønsker sjelden å gå glipp av nyheter som andre medier presenterer. Også *profesjonaliseringen* av journalistrollen (se kapittel 3.4) er med på å gi journalistene svært like arbeidsrutiner og oppfatninger av hva som er nyheter. Aslak Bonde, tidligere journalist i Aftenposten (nå redaktør av nettstedet Politiskanalyse.no), mener at nyhetsmediene har «nokså like kriterier for hva som er interessant og viktig, og et felles syn på hvordan sakene og nyhetsfortellingene skal vinkles» (sitert i Allern 2001: 296). Journalistene «craft their stories to fit the merging reportorial consensus» (Cook 1998: 78).

Det er imidlertid også et viktig mål for norske medier å få tak nyheter de er alene om. Derfor er det blitt stadig vanligere at politikere «lekker» eksklusive nyheter til bestemte medier istedenfor å holde pressekonferanser som offentliggjør nyhetene for alle. Dette øker også sjansen for at saken får et stort oppslag (Solheim 1999: 317). «Indeed, in certain media, notably the tabloid newspaper VG, exclusivity is, in many ways, the *only* way to get publicity», skriver Skårdalsmo (2001: 51; kursiv i original). Dette bekreftes også av Olav Versto (2003 [intervju]) og Knut Wærstad:

Hvorvidt en sak er eksklusiv for VG ser ut til å være et fremtredende aspekt i arbeidet med å lage saker til VG. Det virker som det for de som lager avisen gjelder å være med på å opprettholde en fornemmelse hos folk av at VG er noe for seg selv (Wærstad 1993: 86).

Dette er imidlertid ikke noe VG er alene om; også for de andre avisene i mitt utvalg fører konkurransen mellom mediene til at det en viktig målsetting å få tak i eksklusive saker (Strand 2003 [intervju]; Kobbeltveit 2003 [intervju]; Eriksen 2003 [intervju]). Denne konkurransen er imidlertid ofte begrenset *i bredden*:

Konkurransen får oss til å skjerpe oss. Ja, på det stoffet som er populært skjerper vi oss. Men på det stoffet som det er vanskelig å få gjennomslag for, blir vi slappe og mindre nysgjerrige. Og jeg og alle mine kolleger er veldig gode der vi jobber, men vi bryr oss mindre og mindre om det vi ikke tror det er noe særlig interesse for – på desken eller ute blant leserne (Aslak Bonde, sitert i Bilden et al. 2001).

Turid Øvrebø (1999) mener at avisene ble stadig likere hverandre på 1980-tallet i kjølvannet av avpartifiseringen av pressen – en ny type avisideologi var i fremmarsj i forbindelse med *profesjonaliseringen av journalistrollen* (se kapittel 3.4), og «felles-journalistiske» verdier begynte å dominere på tvers av avisredaksjonene:

Nyhetsrapporteringen ble påfallende samstemt og flokkmentaliteten fikk trolig mer innpass enn i partiavisenes årtier. Aviser som tidligere var ulike, utviklet etter mitt syn klare kollektivistiske trekk (Øvrebø 1999: 6).

Øvrebø mener imidlertid at det kan se ut som om utviklingen har gått i motsatt retning ved slutten av 1990-tallet; avisene «dyrker fram sin egenart som både nyhets- og meningsprodukt. Avisene kan utvikle seg til å bli mer *ulike* – også i sine nyheter. Den nye *profilavisen* erkjenner sin politiske innflytelse og fortolkende makt, men etablerer seg klart uavhengig av partimakt» (ibidem: 7; kursiv i original).

Redaktørene jeg har intervjuet i forbindelse med denne oppgaven (se kapittel 4.8) har et noe ulikt syn på tesen om at norske politiske journalister «jakter i flokk». Arne Strand, politisk redaktør i Dagsavisen, sier dette:

Det er et begrenset antall saker som er aktuelle, og som er viktige – og da er det naturlig at alle som jobber med politikk, særlig i Stortinget, konsentrerer seg om det som er viktig. Det [at journalister



«jakter i flokk»] er en riktig beskrivelse av jakten på nyheter i stortingsrestauranten, og i huset forøvrig. Men det ligger for meg litt i sakens natur at det må bli sånn. Dette er etter hvert blitt et mer profesjonalisert yrke. For 25 år siden hadde man avisjournalister som jaktet på saker ut fra et politisk ståsted, og støttet sine partier. Men fordi det nå er annerledes, og yrket er blitt profesjonalisert, vil vi også se at de samme metoder blir brukt. Og da blir resultatet ofte likt (Strand 2003 [intervju]).

Olav Kobbeltveit, tidligere politisk redaktør i Bergens Tidende, nå frittstående redaktør, mener avisene er blitt for like:

Før i tiden skrev Aftenposten sine referater og Arbeiderbladet sine, og det var knapt mulig å tro at de hadde vært på samme møte. Nå er den perioden slutt, og alle skal være «objektive». Da blir det veldig likt, de våger ikke å ta en egen dristig vinkling og vinkler heller mer journalistisk ved at VG kan ha en annen inngang enn Dagsavisen og Aftenposten. Men politisk blir det gjerne veldig likt. Det kan hende at vi etter hvert blir frie nok til å komme ut av dette også. Jeg synes ikke det er noe stort poeng at alle skal skrive likt. Vi skal skrive saklig, og det vi skriver skal være sant og riktig. Men det er ikke sikkert Bergens Tidende skal vektlegge det samme som Bergensavisen, eller at Aftenposten skal vektlegge det samme som VG og Dagbladet (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Thor Gjermund Eriksen ledet Aftenpostens politiske avdeling i tiden før stortingsvalget i 2001, og var ansvarlig for den politiske nyhetsjournalistikken. Han er nå nyansatt sjefredaktør i Dagbladet. Eriksen sier dette om påstanden om at norske politiske journalister «jakter i flokk»:

Jeg tror alle redaksjoner har en sterk drivkraft etter eksklusive saker. Sigurd Allern mener at man går for mye i de samme miljøene, har for mange av de samme holdningene, er for tett på kildene og så videre. Der er jeg bare delvis enig med ham fordi jeg mener at hans kritikk i forhold til å være uavhengig av kildene blir litt «mer katolsk enn paven». Det er en forutsetning for å få ut nyheter, og å kunne drive kunnskapsrik politisk journalistikk, at man kjenner systemene, menneskene og miljøene ganske godt. Jeg tror at fokuset på den politiske journalistikken i forhold til kildene i og for seg er bra, men problemet er minst like stort i andre typer journalistikk – særlig innenfor kultur og sport. Det er ikke bare innenfor den politiske journalistikken man har et kildeproblem (Eriksen 2003 [intervju]).

Politisk redaktør i VG, Olav Versto, sier følgende:

Det kan være en fare for at mediene noen ganger opptrer for likt, men jeg ser ikke noe stort problem her. Vi i VG må forsøke å gjøre jobben, som vi definerer den, så godt vi kan, og vi vil jo gjerne skille oss ut i flokken i den forstand at vi har nyheter som andre ikke har (Versto 2003 [intervju]).

I denne oppgaven vil jeg undersøke om det er stor variasjon i *temaområdene* mellom de fire avisene i mitt utvalg de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001. Selv om en inndeling i temaområder ikke kan gi et fyllestegjørende bilde av hvordan *enkelt saker* er behandlet i de fire avisene, gir det et bilde av avisenes prioriteringer mellom ulike saksområder.

### 1.2.2 Problemstilling II

There is a simple theory of human behavior behind the strategy [strategi/spill] approach to coverage. The theory goes like this. People do things for reasons. Some reasons are simple, some complicated; some are self-interested, some altruistic; some are aimed at controlling others, some are being controlled. So too for politics and political actors (Cappella og Jamieson 1997: 34).

Det blir ofte hevdet at politiske journalister er mer opptatt av det politiske *spillet* enn hva politikere faktisk mener om viktige spørsmål, og hvilke konsekvenser politikken får for folk flest – *substansen*. Paul Bjerke (2001: 91) definerer begrepene slik:

**«[S]pill»-orienterte artikler [er] kjennetegnet av at de handler om politisk posisjonering, kampen om regjeringsmakten, etablering av mulige koalisjoner og betydningen for mulige koalisjoner og konstellasjoner. De gir vurderinger av og standpunkter til ulike aktørers taktiske valg og kan også vurdere utspillenes mulige betydning for neste valg.**

**«Substans»-orienterte artikler vurderer derimot ulike partiers politiske standpunkter i forhold til deres betydning for samfunnsmessige forhold som velferd, skole, miljø, menneskerettigheter, individets frihet, sysselsetting, økonomisk vekst osv.**

Thomas E. Patterson mener at journalister og velgere ofte har ulike syn på hva som er viktig – der velgere kanskje ønsker å få vite mer om politikkens innhold, er journalistene mer opptatt av det politiske spillet; politikk som «a strategic game» (Patterson 1994: 57). Patterson skriver at forskjellene kan forklares ved hjelp av det psykologer kaller mentale kart – «schemas» – som er kognitive strukturer som benyttes når ny informasjon behandles på bakgrunn av gammel informasjon:

When journalists encounter new information during an election, they tend to interpret it within a schematic framework according to which candidates compete for advantage (ibidem).

Det blir dermed konkurransen mellom kandidatene, og hvem som gjør det best, som får mest oppmerksomhet. James Fallows (1996) illustrerer dette med et eksempel fra presidentvalget i USA i 1992, der «vanlige» mennesker fikk stille spørsmål til kandidatene:

The citizens asked overwhelmingly about the *what* of politics. What are you going to do about the health care system? What can you do to reduce the cost of welfare? The reporters asked almost exclusively about the *how*. How are you going to try to take away Perot's constituency? How do you answer charges that you have flip-flopped? (Fallows 1996: 21; kursiv i original).

Kontrasten mellom spørsmålene fra «vanlige borgere» og fra journalister ble diskutert i flere amerikanske fora etter presidentvalget i 1992. Mange journalister uttalte at de burde anstrenge seg mer for å stille spørsmålene som publikum ønsket svar på, men Fallows mener at dette i liten grad har skjedd:

Journalists justify their intrusiveness and excesses by claiming that they are the public's representatives, asking the questions their fellow citizens would ask if they had the privilege of meeting with presidents and senators. In fact they ask questions no one but their fellow political professionals cares about (ibidem: 24).

Det er et problem for politikere at journalistene ofte er interessert i helt andre problemstillinger enn det de selv ønsker å formidle. Ofte blir politikerne fremstilt mer som *strateger* enn som representanter for velgerne, og dette gjør det vanskelig for dem å nå frem med sine budskap (Patterson 1994: 84).

The genres of the mass media do not at all neatly correspond to the genres of politics, and this lack of fit is a source of constant tension and difficulty for politicians (Fairclough 1995: 184).

Politikerne må kjempe om å få oppmerksomhet i mediene, og tvinges derfor til å tilpasse seg massemedienes krav om «ett politisk system där det politiska spelet, makten og taktikken sätts i centrum», skriver Asp (1986: 361).

Patterson (1994: 77) skriver at amerikanske journalister er mer opptatt av det politiske spillet enn journalister i mange andre land – «[t]he level of issue coverage in Britain is twice that in the United States». Det kan være grunn til å tro at Norge har mer til felles med Storbritannia enn USA på dette området, men Sigurd Allern skriver at store deler av den politiske journalistikken også i Norge er spillorientert:

I praksis fører dette til at problemstillingene i begrenset grad handler om de politiske sakene som betyr noe for folks liv, og det fører i tillegg til at virkelighetsbildene i stor grad hentes fra et politisk elitemiljø (Allern 2001: 298).

Også tidligere SV-leder Erik Solheim er bekymret over dette:

I den politiske journalistikken er faren at det betyr en overdekning av det politiske spillet, på bekostning av innholdet i sakene.

Politikken er full av taktikk. Det er en hovedoppgave for pressen å avsløre det. Men taktikk er ikke det eneste, ikke engang det viktigste. Politikere skal ikke måles ut fra smartheit, men ut fra om våre handlinger er moralsk høyverdige eller langsiktig fornuftige. Det må være viktigere at en politiker er klok enn om han eller hun er taktisk smart (Solheim 1999: 323).

Patterson (1980: 30) forklarer den økende vektleggingen av det politiske spillet under dekningen av amerikanske valgkamper med at det er for lite politisk substans å fylle alle mediene med hver dag under hele valgperioden. Av den grunn har mediene, som i stadig større grad fokuserer på valgkampen, sett seg nødt til å rette en større del av søkelyset mot det politiske spillet. Den økende bruken av meningsmålinger har også medvirket til at det politiske spillet har fått mer oppmerksomhet (ibidem: 29). Interessen for svingningene på meningsmålingene har økt betraktelig i de senere årene, og Patterson (1994: 81) skriver at meningsmålinger nå får mer oppmerksomhet enn presidentkandidatenes taler. Denne tendensen er også blitt svært tydelig i Norge.

Raaum (1999: 107) mener at fokuset på politisk spill og regi kan henge sammen med avpartifiseringen av pressen fordi denne tilnærmingsmåten passer

de programmatisk upartiske journalistene utmerket – det er enklere å avsløre og karakterisere markedsføringsknep uten å kompromittere seg enn å ta stilling til det politiske innholdet.

Denne forklaringen blir også støttet av Patterson (1994: 66). Raaum mener imidlertid også at politikernes forsøk på å *markedsføre* seg selv kan ha medvirket til mer mediefokusering på hvordan denne markedsføringen foregår.

Bruken av *meningsmålinger* er blitt en stadig mer dominerende del av moderne politisk journalistikk. Stadig flere medier bestiller egne meningsmålinger under valgkampen, og resultatene får store oppslag – selv om to meningsmålinger som presenteres samme dag i ulike medier kan gi forskjellige resultater. C. Anthony Broh (1980) kaller fokuset på meningsmålinger for «horse-race journalism», der man betrakter valgkampen som en idrettsgren med vinnere og tapere etter hvert som løpet skrider frem. Han mener at fokuset på meningsmålingsresultater sammenfaller godt med journalistenes tradisjonelle rapporteringsteknikker, og derfor får mye oppmerksomhet. Broh ser to problemer ved bruken av meningsmålinger og fremstillingen av valgkamper som hesteveddeløp: 1) Journalister som forsøker å lage spennende artikler vil noen ganger forvrengte meningsmålingsresultatene så mye at de blir meningsløse. 2) Fremstillingen av valgkamper som et hesteveddeløp kan få velgerne til å fokusere på spennende, men irrelevante aspekter ved valgkampen på bekostning av komplekse og viktige saker, som får mindre oppmerksomhet (ibidem).

De politiske redaktørene jeg har intervjuet har ulike syn på forholdet mellom spill og substans i den norske politiske journalistikken. Arne Strand mener at spillet – eller *prosessen*, som han velger å kalle det – er en svært viktig del av den politiske journalistikken:

Politikk er jo prosess/spill, det er det som foregår hele tiden [...] Hvis man skal beskrive hvordan politikken formes i et samfunn – enten det er i organisasjoner, regjering eller storting – må det nødvendigvis beskrive prosessen eller spillet. [...] Substansen – hva vedtak betyr for folk – er også en del av journalistikken, men det er etter hvert blitt mindre av den innenfor den politiske journalistikken, og heller mer i den vanlige nyhetsjournalistikken. Jeg ser egentlig ikke at det er noe stor forskjell i det hele tatt. Hvis man bare skulle sittet og ventet på at Stortinget fattet et vedtak, ville man få veldig gode dager! Og da er jo ikke noe særlig interessant lenger. Den politiske reportasjes hovedoppgave er å beskrive prosessen (Strand 2003 [intervju]).

Olav Kobbeltveit, derimot, sier at det er et viktig mål for Bergens Tidende å fokusere mer på substans:

Det er ikke til forkleinselse for det politiske spillet, som vi nok anser som viktig. Men vi har hatt en følelse av at tidvis tar det helt over og substansen blir borte. Så dette er vi oppmerksomme på (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Også Thor Gjermund Eriksen legger vekt på å fokusere mer på substansen:

Det var et viktig mål å skrive mer om sakene og mindre om spillet [i forkant av stortingsvalget i 2001]. Det gjorde vi med planlagte temaartikler, særlig knyttet opp mot spesielle begivenheter – enten store valgdebatter på TV eller andre typer hendelser i valgkampen. Det var helt bevisst, det er det folk flest er opptatt av. Som politiske journalister må vi forstå og ha god oversikt over spillet, det er viktig, og det er jo ikke ute av spaltene. Det er svært viktig å ha fokus på *mennekene* i politikken, der makten utøves, men i de siste årene har vi sett at *sakene* er viktigere for velgernes valg (Eriksen 2003 [intervju]).

Olav Versto sier dette:

Vi i VG har nok ment at leserne har lett for å gå for lei hvis det er for mye av spillet, som her i huset gjerne blir kalt «politikk-politikk», og at vi må gå mer på saker. Dette har vi i de senere år lagt vekt på. Men det er klart at i en valgkamp må spillet måtte ha en sentral plass, for her er det jo snakk om hvordan landet skal styres etter valget, altså et spørsmål av veldig stor viktighet. Og da er det klart at hvordan partiene posisjonerer seg i forhold til hverandre blir viktig. For eksempel før valget i 2001 var jo spørsmålet om KrF skulle søke samarbeid med Senterpartiet, og forsøke å gjenta det de gjorde under Bondevik I-regjeringen, eller søke samarbeid med Høyre. Det er jo klart at dette var interessant, en regjeringsdannelse er jo en begivenhet av historisk rekkevidde som kan få konsekvenser langt fremover i tid. Så det var ikke unaturlig at vi skrev om det som rørte seg der. Men jeg tror vi skal passe på vi ikke overfører leserne våre med detaljer om spillet, det tror jeg de vil bli lei av (Versto 2003 [intervju]).

Politisk redaktør i Aftenposten, Harald Stanghelle, forklarer det økende fokuset på spillet med at det er vanskelig å finne store politiske forskjeller blant norske partier:

*Omtrent halvparten av alle kommentar- og lederartiklene i Aftenposten dreide seg om det politiske spillet. Skyldes dette for mye likhet i norsk politikk?*

Ja, definitivt. Det er vanskelig å finne saker i Norge i dag der man har en dyptgående splittelse mellom de politiske partiene. Det finnes for eksempel ikke ett eneste politisk parti som vil fjerne velferdsstaten. Det er klart man finner en del forskjeller, for eksempel når det gjelder skattelettelse. Men store deler av skattelettelsene i det første statsbudsjettet til Per Kristian Foss [Bondevik II-regjeringen] var jo foreslått av Jens Stoltenberg. Det er for meg ganske symptomatisk for hvor *marginalt* mye av det man diskuterer er.

*Er det mål for Aftenposten å prøve å se mer på de politiske sakene – substansen – enn det politiske spillet?*

Det bør i hvert fall være det, men jeg innser jo at omtalen av norsk politikk er blitt mye mer preget av spillet fordi man ikke har hatt de grunnleggende politiske motsetningene (Stanghelle 2003 [intervju]).

I denne oppgaven vil jeg forsøke å undersøke om «overføringen» av spillorienterte saker karakteriserte valgdekningen ved stortingsvalget i 2001. Jeg gjør dette ved å tallfeste hvor mange av artiklene – både på nyhets- og leder-/kommentarplass – som kan betraktes som «spill»- og «substans»-orienterte ut fra Bjerkes definisjoner.

### 1.2.3 Problemstilling III

[S]tandpunkter er en viktig del av den offentlige samtale. Partipressen er en saga blott, og jeg gråter ikke over det. Men utvikler det seg dit at vi ikke lenger ser forskjell på Aftenposten og Dagsavisen, er det en svekkelse (Per Edgar Kokkvold, generalsekretær i Norsk Presseforbund. Sitert i Aftenposten 29. mars 2003).

«Partipressbegrepet är minst sagt mangtydigt», skriver Kai Kronvall ((red.) 1971: 7); det finnes flere ulike definisjonsforsøk. Kronvall trekker en skillelinje mellom det som kan kalles *egentlig partipresse* og *partitilknyttet presse*. Førstnevnte variant kjennetegnes først og fremst ved eierskap/økonomi, som «betraktas som det främsta kriteriet på partipress» (ibidem). Aviser som er eid av politiske partier, og i stor grad støtter disse gjennom avisens politiske innhold – slik situasjonen var for blant annet Arbeiderbladet gjennom en årrekke (se kapittel 2.4) – har på denne måten en helt spesiell tilknytning til partiet. På den annen side finnes *partitilknyttede* aviser, som sympatiserer med et politisk parti, og til en viss grad fremstår som et «talerør» for dette, uten å være økonomisk avhengig av partiet (ibidem). Et eksempel på dette er Aftenpostens forhold til Høyre gjennom en årrekke (se kapittel 2.2). Innenfor disse to tilknytningsvariantene finnes det mange forbindelsesvarianter mellom partier og presse.

I denne oppgaven vil jeg benytte meg av Jens O. Simensens todelte partipressedefinisjon (1999: 14), med mest vekt på den funksjonelle:

- a. En strukturell definisjon som legger vekt på de formelle båndene. Eksempler på dette er aviser som har økonomiske eller organisatoriske forbindelser til et parti, og som i sin formålsparagraf forplikter seg til å være organ for partiet.**
- b. En funksjonell definisjon som plasserer avisene etter deres politiske innhold. Eksempel på dette er aviser som på lederplass og gjennom reportasjer gir kontinuerlig støtte til et parti. Ofte vil definisjon b. bli en konsekvens av a.**

De aller fleste norske aviser som oppstod fra slutten av 1800-tallet, startet opp som partiaviser.

Da slaget om parlamentarismen var utkjempet og partidannelsene for det meste fullført foran valget i 1885, hadde 93 prosent av alle avisene erklært et fast politisk ståsted. [...] Forholdsmessig sett var partipressen mer omfattende den gang enn noen ganger senere (Høyer 1995: 291).

Systemet med partipresse fortsatte i nesten hundre år, men i denne perioden eksisterte det ulike sammenknytninger mellom partier og presse. Høyre benyttet seg i størst grad av personlige forbindelser og økonomiske gevinster, eller fravær av dette, for å få kontroll over partipressen. Arbeiderpartiets kontroll var mer formalisert, blant annet

fordi partiet i større grad enn Høyre eide aviser og dermed kunnet kontrollere gjennom eierskapet (Høyer 1995: kap. 11 og 12; Simensen 1999: 53). Når det gjelder den tredje store pressegruppen – venstrepressen – var den «trolig mindre kontrollert enn de to andre både formelt og reelt, selv om vi mangler tilsvarende grundige studier av venstrepressen som system som de vi har av Høyre- og arbeiderpressen» (Dahl og Bastiansen 1999: 54).

Dahl og Bastiansen (1999: 124) betegner årene fra 1945 til 1965 som «en storhetstid for partipressen», men etter hvert dukket det opp kritiske røster. I en kronikk i Dagbladet i 1965 kritiserte avisens senere sjefredaktør, Arve Solstad, systemet, og hevdet at pressen i Norge «er avgjort mer partipolitisk orientert enn pressen i andre land». Han mente at dette forhindret innsyn i den politiske prosessen:

Norsk presse trekker sjelden sløret vekk fra de partipolitiske manøvreringer og forhandlinger. Politikerne får arbeide i fred. De må være såre fornøyd med pressen, – spesielt med den gruppe journalister som er satt til å overvåke dem» (Solstad 1965).

Avviklingen av sammenbindingen mellom aviser og politiske partier var imidlertid en langsom prosess. I 1970 utgjorde partipressen fortsatt 87 prosent av det totale avisopplaget (Ottosen 1996: 386), og dette året beskrev Herbjørn Sørebo, daværende politisk journalist i NRK, den norske partipressen som «uvanleg partitru» (Sørebo 1970: 25). Fra midten av 1970-tallet arbeidet imidlertid presseorganisasjonene målbevisst for å fjerne journalistikken fra partipolitikken (Raaum 1999: 41). Likevel må vi «flere år ut på 1990-tallet før det formelle brudd med partiene – i form av endrede vedtekter – i hovedsak var gjennomført i norsk presse», skriver Jens O. Simensen (1999: 99).

Til tross for at forholdet mellom partier og presse formelt sett er brutt, hevder mange at man fortsatt kan spore rester av partipressen i dag.

It is still very easy to distinguish between social-democratic and bourgeois newspapers by means of their coverage of local and national politics, and most papers belong to one or the other group (Østbye 1997: 221).

«Avisenes tradisjon sitter fast «i veggene» i redaksjonslokalene, i avisenes redaksjon og ikke minst – i forholdet mellom avis og leser», mener Paul Bjerke (2001: 8).

Bjerke har analysert norske avisers holdning til regjeringsskiftet i mars 2000<sup>8</sup>, og funnene oppsummer han på følgende måte:

---

<sup>8</sup> Sentrumsregjeringen – Bondevik I – ble felt av Stortinget etter et kabinettsspørsmål. Arbeiderpartiet overtok regjeringsmakten.

Konklusjonen på denne gjennomgangen er at avisene på lederplass i stor grad argumenterer i tråd med sin partihistorie, i alle fall i en periode da regjeringsspørsmålet sto øverst på den politiske dagsorden. Gamle sentrumsaviser er sentrumsvennlige, gamle ap-aviser er ap-vennlige mens gamle høyreaviser i likhet med partiet ikke vet helt om det vil støtte ap eller sentrum (ibidem: 47).

Institutt for Journalistikk gjennomførte ved årsskiftet 1996/97 en undersøkelse blant norske avisredaktører, der hensikten blant annet var å klargjøre redaktørenes vurdering av i hvilken grad avisene har, og fortsatt bør ha, en verdimessig forankring, og i hvilken grad det fortsatt er tilknytning mellom parti og presse (Simensen 1999: kap. 5). Undersøkelsen ble foretatt blant alle norske aviser som utkommer minst fire ganger per uke. Simensen skriver dette om funnene:

Det er ingen tvil om at de formelle partibindinger er borte. Men aviser som har hatt en konservativ sjel i hundre år, forlater ikke selve det konservative verdigrunnlag selv om de ikke lenger er å betrakte som høyreorganer. Det samme gjelder i A-pressen, hvor de sosialdemokratiske ideer lever, i nye formålsparagrafer, men også i kommentarplass og delvis på nyhetsplass. Undersøkelsen dokumenterer at avpartifiseringen ikke er hundre prosent gjennomført. Mot dette kan innvendes at det som «gjenstår», er en konsekvens av det nye verdigrunnlaget avisene har definert (ibidem: 135).

Dagspresseutvalgets innstilling *Pressepolitikk ved et tusenårsskifte* (NOU 2000: 15: 84-85) støtter Simensens konklusjon:

Norge har fortsatt en politisk differensiert presse. Differensieringen er ikke lenger knyttet til de politiske partiene, men til politiske hovedretninger; arbeiderbevegelsens grunnsyn, konservative, liberale. [...] Selv om avisene er blitt mer åpne, vil deres holdninger avspeile seg i det samfunnsbildet de tegner gjennom sine reportasjer og sitt stoffvalg. Skal avisene kommentere og analysere, opptre som kontrollerende organ overfor politiske myndigheter, næringsliv og organisasjoner, må de nødvendigvis tilkjennegi meninger og oppfatninger. Skal de forskjellige holdninger og meninger som finnes i det norske samfunnet, bli tilfredsstillende representert, forutsetter dette et ytre pressemangfold. Selv om skillene i mindre grad enn før vil være partipolitisk fundert, er de ikke derfor mindre viktige.

I denne oppgaven vil jeg forsøke å avgjøre om man fortsatt kan se forskjeller på den politiske dekningen i Aftenposten, Bergens Tidende, Dagsavisen og VG i artiklene som ble trykket de siste tre ukene før stortingsvalget høsten 2001, og om eventuelle forskjeller kan forklares ut fra avisenes tidligere partitilknytning.

«Pressens påvirkning skjer ikke bare gjennom lederartikler og politiske kommentarer, men også på nyhetsplass. Den kan både være intendert – og ha utilsiktede konsekvenser», skriver Allern (2001: 16-17). Jeg har analysert både kommentar-/lederartikler og nyhetsartikler. Leder- og kommentarartiklene er imidlertid mest interessante, ettersom det hovedsakelig er i disse artiklene en avis' politiske profil skal fremkomme, ifølge moderne journalistisk yrkesetikk (Bjerke 2001: 21).



I motsetning til flere tidligere studier av avisers politiske dekning (for eksempel Rui 1999 og Bjerke 2001), har jeg valgt å fokusere på de politiske *partiene* som selvstendige enheter – ikke *regjeringsalternativene* de inngikk i. En av grunnene til dette er at regjeringsalternativene ved valget i 2001 var svært uklare. KrF gikk til valg på *sentrumsalternativet* – KrF, Senterpartiet og Venstre – som hadde dannet regjering etter stortingsvalget i 1997. Det ble imidlertid klart relativt tidlig i valgkampen at dette alternativet ville få sterk konkurranse fra andre mulige regjeringskonstellasjoner, og mange journalister og politiske kommentatorer spekulerte i dannelsen av en regjering bestående av Høyre, KrF og Venstre, hvilket også ble også det endelige utfallet. Samtidig var det usikkert om Arbeiderpartiet ville forsøke å fortsette i regjering alene, eller inngå i en potensiell regjeringskonstellasjon sammen med SV og Senterpartiet.

Denne oppgaven ser på omtalen av følgende syv partier: Arbeiderpartiet (Ap), Høyre (H), Kristelig Folkeparti (KrF), Venstre (V), Senterpartiet (Sp), Sosialistisk Venstreparti (SV) og Fremskrittspartiet (Frp). Jeg har også analysert omtalen av Rød Valgallianse (RV) og Kystpartiet (Kp), men jeg har valgt å utelate resultatene for disse to partiene. Årsaken til dette er at partiene fikk svært lite omtale i forhold til de andre partiene, hvilket gjør resultatene mindre interessante. Jeg inkluderer likevel artiklene som omtaler disse to partiene når jeg ser på avisenes samlede dekning.

### 1.3 Oppgavens struktur

I kapittel 2 redegjør jeg for avisenes karakteristikk og historie. I kapittel 3 gjennomgår jeg teorien som danner et bakteppe for denne oppgaven, og jeg redegjør for min metodiske tilnærming i kapittel 4. I kapittel 5 forsøker jeg å besvare problemstilling I – om det var stor variasjon i temaene avisene omtalte under valgkampen. Jeg forsøker å besvare problemstilling II – hvordan avisene prioriterte mellom de politiske sakene (substansen) og det politiske spillet på nyhets- og leder-/kommentarplass – i kapittel 6. Problemstilling III – i hvilken grad avisenes tidligere partitilknytning var synlig i valgkampdekningen – strekker seg over kapittel 7 og 8. Kapittel 7 tar for seg valgkampdekningen på nyhetsplass; i kapittel 8 analyserer jeg dekningen på leder- og kommentarplass. I kapittel 9 ser jeg på to temaer jeg mener utmerket seg spesielt under valgkampen i 2001: «Sykelønssaken» og omtalen av Sosialistisk Venstreparti.



I dette kapitlet har jeg redegjort kort for massemedienes rolle under valgkamper, og sammenlignet fjernsyn med aviser. Jeg har presentert tre problemstillinger jeg skal forsøke å besvare i denne oppgaven, og omtalt teoretiske tilnærminger tilknyttet disse. Et bredere teoretisk bakteppe for denne oppgaven fremlegges i kapittel 3.

## 2. Avisutvalget

I dette kapitlet vil jeg se nærmere på de fire avisene i mitt utvalg. Jeg redegjør for avisenes historie, og forsøker å gi en oversikt over avisenes koplinger med politiske partier. Årsaken til at jeg redegjør for avisenes historie helt fra begynnelsen, er at *tradisjonene* er viktige i mange aviser – de «sitter fortsatt i veggene» (Bjerke 2001: 8). Tidligere partitilknytning kan derfor fortsatt ha betydning for avisenes politiske orientering i dag.

### 2.1 Aviskarakteristikk

Avisene jeg har valgt har ulike geografiske nedslagsfelt. Aftenposten er en Oslo-basert avis som også distribueres til andre steder i landet; Dagsavisen har i større grad et lokalt Oslo-preg, selv om også denne avisen leses i noen grad utenfor Oslo. Bergens Tidende leses først og fremst i Bergen og Hordalands-området, og er Norges største avis utenfor Oslo, målt i opplag. VG er en utpreget riksavis med bred distribusjon over hele landet. De geografiske forskjellene har betydning for innholdet i avisene, og dette tar jeg hensyn til i analysen.

Jeg har valgt ut disse fire avisene fordi de – med unntak av VG – har hatt en klar partitilknytning, og fordi de alle er betydningsfulle aviser innenfor sin samfunnssfære. Aftenposten er Norges største fullformatsavis, Bergens Tidende er den største avisen på Vestlandet og VG er Norges største avis. Dagsavisen har et relativt lavt opplag, men setter tidvis dagsorden med sine nyhetssaker. (Les mer om dagsordenfunksjonen i kapittel 3.3).

I mitt avisutvalg er VG den eneste avisen som nærmer seg det man kan kalle en *populæravis*. En enkel definisjon av dette begrepet er

en avis som bevisst sikter seg inn mot løssalgsmarkedet og som i sine redaksjonelle og forretningsmessige disposisjoner legger overordnet vekt på å ekspandere på dette markedet (Eide 1998: 14).

*Underholdningsaspektet* er svært viktig i denne forbindelse. Populæravisene skiller seg fra sin motpol – som i mangel av et bedre ofte kalles *kvalitetsavisene* – ved å være «lettere» og mer underholdende, med vektlegging på «human interest»-saker og sensasjoner i form av for eksempel kriminalitet, vold og skandaler (McQuail 1994: 16).

De fleste populæraviser utkommer i tabloidformat, og kalles derfor ofte for *tabloidpresse*. Formatet kan imidlertid forvirre. Også Dagsavisen utkommer i tabloidformat, men innholdet har likevel mest til felles med *kvalitetspressen*. Fullformatsavisene Aftenposten og Bergens Tidende kan også karakteriseres som kvalitetsaviser. Et kjennetegn ved disse avisene er at de først og fremst selges gjennom abonnementer. Av den grunn er de mindre avhengig av «fengende» og salgbare forsider enn for eksempel løssalgsavisen VG.

Skillet mellom avistypene er imidlertid langt mindre markant i Norge enn i mange andre land. Martin Eide (1998: 361) mener at VG ikke kan kalles en *rendyrket* populæravis, selv om avisen er den fremste norske representanten for populærjournalistikken. I Norge er skillet mellom de intellektuelle eliteavisene og «hemningsløse» populæravisene små sammenlignet med for eksempel Storbritannia, og norsk presse kan ikke forstås «ut fra et skarpt skille mellom «Popular Press» og «Quality Press» (ibidem: 364). «Aftenposten blir som et tegneserieblad sammenlignet med engelske kvalitetsaviser», har Aftenposten-medarbeider Ulf Andenæs uttalt (Brun Jacobsen og Ruge 1992: 18)<sup>9</sup>. På samme måte er det store forskjeller mellom norske VG og engelske «ekstremtabloider» som The Sun (ibidem: 60). Eide bruker begrepet «avisschizofreni» for å betegne norsk populærjournalistikk:

Populærjournalistikk på norsk foregår ikke fullstendig løsrevet fra et opplysningsprosjekt. Dagbladet og VG har f.eks. typisk nok i de siste decenniene markert seg som fanebærere for en kritisk og undersøkende journalistikk (Eide 2001: 24).

Han mener det vil være «relevant, og faktisk viktig, å vurdere populærjournalistikken i lys av dens rolle som arena og aktør i en politisk offentlighet» (ibidem).

## 2.2 Aftenposten

*Christiania Adresseblad* ble stiftet av Christian Schibsted, og utkom første gang 14. mai 1860. Året etter skiftet avisen navn til *Aftenposten*. Aftenposten var i begynnelsen forsiktig, og drev ikke noen politisk prinsippdebatt. Dette forandret seg mot slutten av 1860-tallet: «Aftenposten synes i sine artikler å ha meget tilovers for de nye venstreidéer», har Gunnar Christie Wasberg skrevet om denne perioden (1960: 30).

---

<sup>9</sup> «Oh, a tabloid in broadsheet! We have never seen that before», var reaksjonen Turid Øvrebø fikk da hun på midten av 1990-tallet viste frem et eksemplar av Aftenposten til journalister i kvalitetsavisen The New York Times. Øvrebø mente de reagerte på typografien og billedbruken, og de karakteriserte artiklene som forholdsvis korte sammenlignet med sin egen avis (Øvrebø 1999: 4). Likevel betraktes Aftenposten som en av Norges mest seriøse aviser.

Etter Christian Schibsteds død i 1878 ble hans sønn, Amandus Schibsted, eiere av avisen. Han ble sjefredaktør i 1879, og under påvirkning av det konservative Morgenbladets redaktør, Christian Friele, dreide han Aftenposten mot politikken høyreside (ibidem: 60). Dette viste seg blant annet under riksrettssaken: «Aftenposten er fullt og helt å finne på den siden som hevder kongens absolutte veto i grunnlovssaker» (ibidem: 89).

Under Amandus Schibsteds ledelse vokste Aftenposten seg gradvis til en stor og betydningsfull avis, og selv ikke den økonomiske krisen rundt 1930 førte til alvorlige tilbakeslag. Avisen fortsatte driften med nazistisk ledelse under 2. verdenskrig, og etter krigen steg avisens opplag kraftig (Wasberg 1960).

Aftenposten som politisk avis byr i flere henseender på perspektiver temmelig forskjellige fra størsteparten av den øvrige norske presses. Avisen har aldri vært avhengig av noen politisk gruppe, og har valgt sin kurs uten hensyn til partiorganisasjoner. Når Aftenposten likevel gjennomgående har støttet opp om Høyres politiske linje, må dette standpunkt tillegges en stor vekt i fremstillingen av avisens historie (ibidem: 256).

Aftenposten forsøkte imidlertid tidlig å fremstå som en relativt objektiv avis, og i 1962 ble bokstaven «H» for «Høyre» etter avisens navn fjernet fra Aviskatalogen. Avisen definerte seg som «uavhengig konservativ» (Calmeyer og Mathisen 1974: 75). Da Hans Vatne overtok som sjefredaktør i 1971, frasa han seg retten til å møte i Høyres arbeidsutvalg. «Dette var en bevisst markering som bidro til å skille pressen fra partiet» (Ottosen 1996: 386). Aftenposten har vektlagt sin objektivitet av markedsgrunner, skriver Calmeyer og Mathisen,

men det betyr ikke nødvendigvis at Aftenposten er mindre høyreavis i dag enn for femti år siden, eller at avisens innhold er mindre preget av konservativ og næringsliberal ideologi enn før (1974: 10).

Under Egil Sundars sjefredaktørperiode (1984-1990) viste dette seg å stemme. I 1974 dannet han *Aksjonen for borgerlig samhold*, og under hele sin redaktørperiode jobbet han aktivt for å etablere borgerlige regjeringer (Sundar 1993). Så sent som i 1989 svarte Sundar følgende da Høyres statsministerkandidat Jan P. Syse spurte om han kunne regne med Aftenpostens støtte:

Jeg svarte Syse med å si at han i likhet med sine forgjengere ville kunne regne med Aftenpostens støtte i den utstrekning han var innstilt på å føre en fremtidsrettet liberal politikk på konservativ grunn. Ut fra det som i min tid var avisens politiske grunnsyn ville Aftenposten fremstå som talerør for en liberal-konservativ politikk, og i så måte burde derfor Aftenposten og Høyre ha sammenfallende interesser. Jeg la også vekt på at Aftenposten – i overensstemmelse med sine tradisjoner – fortsatt ville gjøre seg til talsmann for det bredest mulige samarbeid med sikte på å fremme en ikke-sosialistisk samfunnsutvikling (Sundar 1993: 205).

Sundar «var meget stolt over at ingen av Aftenpostens medarbeidere oppdaget hva redaktøren gjorde for å forandre norsk politisk historie», har nåværende politisk redaktør i Aftenposten, Harald Stanghelle, skrevet om dette (Dagbladet.no 29. januar 2000). Innholdet i avisen ble imidlertid lagt merke til. «Da Aftenpostens sjefredaktør Egil Sundar drev sin monomane kampanje for borgerlig samling og regjeringsdannelse, ble den ikke bare ført på leder- og kommentarplass», skriver Eide (2000: 224). Resultatet ble at Sundar ble avsatt som redaktør. I Aftenposten 12. februar 1994, fire år etter redaktørskiftet,

utdypet Tinius Nagell-Erichsen [Schibsteds største aksjonær] sin uenighet med redaktøren «som ville bruke Aftenposten til å nå et bestemt mål». Intervjueren skyter inn: «En borgerlig regjering, ja. Men det var du jo ikke uenig i? og aviseieren svarer: «Bevares nei, ikke målet. Men det var galt å bruke Aftenposten til en slik kampanje (ibidem: 225).

Sundars kampanje førte til at Aftenposten hadde fått et rykte som en politisk aktivistavis, og dette «brøt med den mer forsiktige «konsensus»-linje som eierne ønsket, ikke minst av markedsmessige grunner» (Allern 2001 b: 62).

Slike kampanjer drives ikke lenger i Aftenposten. Thor Gjermund Eriksen, tidligere leder av politisk avdeling i Aftenposten, formulerer seg slik:

Det er et bestemt grunnsyn i Aftenposten, den tradisjon de representerer, som tradisjonelt tar et mer konservativt utgangspunkt enn det Dagbladet – som er mer liberalt-radikalt – gjør (2003 [intervju]).

Han tror imidlertid at dette ikke preger avisen så mye som tidligere: «Jeg tror det er knapt noen avis som har endret seg mer enn Aftenposten» (ibidem).

Politisk redaktør Harald Stanghelle sier dette:

Aftenposten bygger på formålsparagrafen, der det heter at avisen har et liberalt-konservativt grunnsyn. Samtidig er det *publisistiske* grunnsynet veldig klart presisert i formålsparagrafen – dette med informasjonsformidling, åpen debatt og et helt spekter av publisistiske verdier. I Aftenposten i dag er de publisistiske verdiene like viktige som de politiske verdiene (Stanghelle 2003 [intervju]).

Stanghelle mener at Aftenpostens løsrivelse fra Høyre var komplett i 1993: «Jeg tror at stortingsvalget i 1993 er det første stortingsvalget der Aftenposten på lederplass på valgdagen *ikke* antydte, mer eller mindre klart, at velgerne burde stemme på Høyre» (ibidem). Han formulerer formålet med Aftenpostens leder- og kommentar-journalistikk slik:

Det er klart at en avis som Aftenposten vil ha som ambisjon å påvirke gjennom sin nyhets- og kommentarjournalistikk, men jeg er nok veldig opptatt av analysen; jeg er opptatt av å sette sammen de ulike bitene i det puslespillet som politikk er, både nasjonalt og internasjonalt, på en måte som gjør folk litt mer innsiktsfulle, og selv i stand til å vurdere det som skjer på den politiske arena. Det er en ambisjon, også når vi ikke lykkes.

*Hvor langt synes du at Aftenpostens kommentatorer kan når det gjelder å offentliggjøre egne politiske preferanser?*

Det finnes ingen regler for det. Dersom en kommentator skriver en kommentar som går langt i å si at «nå er Arbeiderpartiet på rett vei» ut fra bestemte argumenter, kommer det på trykk. Det kan også komme på trykk på lederplass. Akkurat det samme om dette kan sies om Høyre. Det definerer jeg som en del av den *uavhengigheten* som Aftenposten bekjenner seg til i forhold til de politiske partiene – at man vurderer de enkelte politiske partiene ut fra hvordan de opptrer (ibidem).

Gunhild Rui, som har analysert pressedekningen av stortingsvalgene i 1965 og 1997, skriver dette om avisens dekning i 1997:

Aftenposten er den avisen med størst budskapsvariasjon innenfor avisen, men den etterlyser flere ganger Høyres deltagelse i sentrumsregjeringen. Denne vinklingen legges det ikke stor vekt på i andre aviser (Rui 1999: 100).

I Aftenpostens formålsparagraf står det blant annet:

Aftenposten AS er en selvstendig mediebedrift, uavhengig av økonomiske og politiske særinteresser. Selskapet har som overordnet formål å være en ledende informasjonsformidler, i første rekke gjennom å utgi Aftenposten, en frittstående dagsavis som er ideologisk forankret i et liberal-konservativt samfunnssyn. *Avisen Aftenposten bestreber seg på en allsidig og objektiv nyhetsformidling, med alle vesentlige synspunkter representert.* Aftenposten vil søke å styrke og levendegjøre demokratiet, verne om den enkeltes frihet og støtte det sosiale og kulturelle fellesansvar (min kursivering).

Aftenposten var et privateid selskap frem til 1. januar 1989, da Aftenposten AS ble dannet. Dette er et heleid datterselskap av Schibsted ASA, som ble etablert samtidig. Schibsted ASA ble notert på Oslo Børs i 1992 (aftenposten.no). I 2001 var Aftenpostens morgenutgave Norges nest største avis med et opplag på 262 632 eksemplarer (tall fra Mediebedriftenes Landsforening, gjengitt i Bjørnstad og Kjeldsen 2002: 88). Aftenposten AS er hundre prosent eid av konsernet Schibsted ASA (ibidem: 250).

## 2.3 Bergens Tidende

Bergens Tidende ble grunnlagt av Johan Wilhelm Eide, og utkom første gang 2. januar 1868 (Fasting 1968: 9). I et prøvenummer av avisen, utgitt i desember 1867, het det at

[n]ogen bestemt politisk Farve vil dette Blad ikke få. Efter vor Overbevisning bør et Blad ligesaalidt være udelukkende Organ for Redaktørens individuelle Mening som for et enkelt Partis ensidige Doctriner [...] (ibidem: 29).

Avisen ble imidlertid orientert i venstreradikal retning i 1884, og støttet Sverdrup og parlamentarismen under riksrettssaken (Høyer 1995: 281). I egenannonsene fra slutten av 1893 står det at Bergens Tidende er et rent venstreblad (Fasting 1968: 76). Finn B.

Henrikssen, som var redaktør fra 1894 til 1939, drev også en omfattende talervirksomhet for Venstre (ibidem: 104).

Bergens Tidende vokste raskt, og var allerede før midten av 1870-årene største avis på Vestlandet (ibidem: 53). Fremgangen fortsatte, og avisen klarte også reise seg igjen etter at redaksjonslokalet ble skadet under den store brannen i Bergen i 1916 (ibidem: 265). Under 2. verdenskrig ble avisen drevet under nazistisk ledelse (ibidem: 345).

Etter krigen har Bergens Tidende «kjempet for de sosiale reformer etter Venstres linjer så lenge det hadde avgjørende innflytelse på norsk politikk», skriver Fasting (ibidem: 366). Venstre hadde imidlertid ikke noen organisert innflytelse over Bergens Tidende, «og avisen passet seg vel for å bli en del av partiets indre liv og utvikling» (Eriksen et al. 1992: 100). Etter EF-striden i 1972, der avisen stilte seg på ja-siden, ble Venstre splittet i to.<sup>10</sup> Bergens Tidende løste dette ved å fjerne parentesene «(V)» etter avisens navn i Aviskatalogens 1973-utgave. «Avisen var blitt en uavhengig, liberal avis», skriver Eriksen et al. (1992: 100).

Ifølge tidligere politisk redaktør i Bergens Tidende, Olav Kobbeltveit, var imidlertid avisen «et slags DLF-organ» i noen år etter splittelsen av Venstre, men «i løpet av 1970- og 80-tallet var det vanskelig å spore noen bånd til verken Venstre eller DLF» (Kobbeltveit 2003 [intervju]). Kobbeltveit mener Bergens Tidende drev med «litt vandring på borgerlig side» før han selv ble politisk redaktør i 1995, men etter den tid plasserte han og sjefredaktør Hans Erik Matre avisen i «et liberalt ståsted i sentrum av norsk politikk [...] Senere har det ikke skjedd noe som har endret på dette» (ibidem). Han sier at avisen er opptatt av Venstre, men forholdet mellom parti og avis er ikke alltid like hjertelig:

Vi har et litt vekslende forhold til Venstre – de gjør ikke alltid som vi vil. Men vi var jo en av de få avisene som ga en slags ideologisk støtte til sentrumsregjeringen da den ble etablert i 1997 (ibidem).

Også forholdet til Kristelig Folkeparti og Senterpartiet – de to andre partiene i sentrumsregjeringen – karakteriserer Kobbeltveit som «rimelig bra» (ibidem). Han sier dette om formålet med den politiske journalistikken i Bergens Tidende (BT):

Det er et bevisst valg at vi prøver å ha substans, saker, og vise hva sakene gjelder og hvilke konsekvenser de får for folk flest – og hvordan de ulike partiene stiller seg til dem. Det politiske spillet er viktig, men det skal ikke få dominere totalt. Våre lesere skal – med basis i BT – kunne orientere seg i det politiske landskapet og være godt skodd når de skal ta gjøre sine valg (ibidem).

---

<sup>10</sup> EF-tilhengerne brøt ut og dannet Det nye Folkeparti (senere Det liberale Folkeparti, DLF).



Bergens Tidendes formålsparagraf lyder slik:

Avisen Bergens Tidende skal være en *frittstående, liberal, borgerlig (ikke- sosialistisk) avis, partipolitisk uavhengig*. Avisens generelle grunnsyn skal bygge på et progressivt og menneskelig samfunnssyn. Den redaksjonelle ledelse skal ha som oppgave å lage en avis som gir sine lesere i by og bygd saklig og sann orientering om det som foregår lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Redaksjonsledelsens integritet skal være uavkortet såvel utad som innad (min kursivering).

I 2001 var Bergens Tidende Norges femte største avis med et opplag på 92 073 eksemplarer (tall fra Mediebedriftenes Landsforening, gjengitt i Bjørnstad og Kjeldsen 2002: 88). Bergens Tidende AS eies av Orkla Media (28,5 prosent), Schibsted ASA (24,4 prosent), Nya Wermlands-Tidningen AB (20 prosent), Vesta Liv (9,6 prosent), Vital Forsikring ASA (7,9 prosent) og 9,6 prosent øvrige eiere (Medieregisteret.no).

## 2.4 Dagsavisen

Det norske Arbeiderparti ble dannet i 1887. Partiet prioriterte først å bygge ut den lokale partiorganisasjonen, deretter å arbeide for opprettelsen og utbredelsen av en egen arbeiderpresse. Avisen *Vort Arbeid* ble startet i 1884, og skiftet navn til *Social-Demokraten* i 1886. I 1923 ble navnet *Arbeiderbladet* (Høyen 1995: 348); i 1997 *Dagsavisen Arbeiderbladet*. Den siste navneendringen ble foretatt i 1998, da «Arbeiderbladet» forsvant fra avisens logo. Siden den tid har avisens navn kun vært *Dagsavisen* (von der Fehr 1999: 8).

Avisen ble startet av Christian Holtermann Knudsen, som i begynnelsen hadde store problemer med å holde avisen i gang. I 1885 startet han *Den socialdemokratiske Forening* i Oslo, som overtok avisen. Først i 1893 ble Det norske Arbeiderparti eieren, og i 1904 bestemte partiets landsmøte at avisen skulle være Arbeiderpartiets offisielle hovedorgan. Helt frem til 1958 var det Arbeiderpartiets sentralstyre som ledet avisens økonomi og ansatte ledelsen, redaksjonen og ekspedisjonen (Høyen 1995: 348-350)

I 1906 ble det bestemt at Social-Demokratens redaktør skulle ansettes av sentralstyret på tre måneders oppsigelse – ikke velges av landsmøtet. Dette ga partiet full rett til å gripe inn overfor redaktøren dersom avisen var i utakt med Arbeiderpartiets politikk. Mellom 1912 og 1920 ble Social-Demokratens redaktør valgt av sentralstyret, men han beholdt stillingen som styremedlem. Mellom 1920 og 1974 ble redaktøren igjen valgt av landsmøtet (ibidem: 352-353).

Arbeiderpartiet ble revolusjonært ved landsmøtet i 1918. Landspartiet kjøpte

alle aksjene i Social-Demokraten, og fikk full kontroll over avisen. Arbeiderpartiet ble gjenforent med Sosialdemokratene i 1927 (ibidem: 356-360).

Under 2. verdenskrig ble avisen stanset, men driften fortsatte i 1945. Arbeiderpartiet satt med regjeringsmakten i hele etterkrigstiden frem til 1965, kun avbrutt av 28 dager med borgerlig samlingsregjering i 1963. I disse årene var Arbeiderbladet Arbeiderpartiets regjeringsorgan. Avisen «ble oppfattet som lukket og selvhøytidelig, bundet av partiet og regjeringens disposisjoner» (von der Fehr 1999: 55).

Etter at Arbeiderpartiet ble opposisjonsparti, fikk Arbeiderbladet en noe friere stilling i forhold til Arbeiderpartiets politikk. Reidar Hirsti, som var avisens ansvarlige redaktør fra 1963 til 1974, har uttalt at Arbeiderbladet på lederplass kunne mene noe annet enn partiet. Likevel ble han selv avsatt som redaktør av daværende Arbeiderpartistatsminister Trygve Bratteli «etter å ha tirret Haakon Lie og LO-ledelsen i lengre tid med sitt forsøk på en mindre partibundet journalistikk» (Ottosen 1996: 375-376). Avsettelsen vakte stor oppmerksomhet. Det er imidlertid viktig å påpeke at misnøye med avisens økonomiske styring også er en viktig forklaringsfaktor i forbindelse med Hirstis avgang (Lahlum 2002: 218-224; von der Fehr 1999: 62).

Arbeiderpartiet eide Arbeiderbladet frem til 1991, da A-pressen kjøpte alle aksjene i avisen. 1. januar 1999 gikk Dagsavisen ut av A-pressen og ble organisert som aksjeselskap, hundre prosent eid av Stiftelsen Dagsavisen (Barstad 2000: 7).

«Arbeiderpressen brukes som eksempel på selve definisjonen av en partipresse», skriver Høyer (1995: 372). Arbeiderbladet var lenge Arbeiderpartiets viktigste partiavis. I avisens formålsparagraf som gjaldt frem til A-pressens overtakelse i 1991, sto det følgende: «Avisen skal være organ for Det norske Arbeiderparti og redigeres i samsvar med partiets grunnsyn» (von der Fehr 1999: 54). Da A-pressen overtok Arbeiderbladet i 1991, ble formålsparagrafen endret. Det står fortsatt at

*Dagsavisen er en uavhengig avis, verdimessig forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd (min kursivering).*

I avisens redaksjonelle program står det videre at Dagsavisen skal være «en sentral nyhetsavis», «en viktig debatt- og kommentaravis», «en urban avis», «en mangfoldig avis», «en gjennomredigert og leservennlig avis» og «en feilfri avis». Rui (1999: 101) skriver at avisen ved stortingsvalget i 1997 var «klarest [av avisene hun har analysert]

i sin positive holdning og omtale til en fortsatt Arbeiderpartiregjering». Før kommunestyre- og fylkestingsvalget i 1999 ga avisen støtte til *venstresiden* i norsk politikk, uten å nevne Arbeiderpartiet spesielt, og advarte sterkt mot partiet Høyre (Barstad 2000: 18). Avisens politiske redaktør, Arne Strand, sier at

vi er nå, i motsetning til tidligere, både organisatorisk og programmessig en uavhengig avis, og min påstand er: den mest uavhengige i landet [fordi avisen eies av en selvstendig stiftelse, ikke et konsern]. *Men vi har et politisk ståsted, og det har vi definert til å ligge til venstre i det politiske bildet; sentrum-venstre om du vil, ikke til høyre* (Strand 2003 [intervju]).

Strand sier at avisen kan defineres som «uavhengig radikal» (ibidem). Han formulerer *formålet* med avisens politiske journalistikk slik:

Det er rett og slett å informere – informere om hva som foregår, og om hvordan politikk i Norge utformes og drives. Det er også å vise virkningen av politiske vedtak – substans, hverdagen for folk flest. Det tredje blir hvordan dette igjen slår tilbake på det politiske systemet, hvis velgere er misfornøyd med et vedtak som treffes, får det konsekvenser ved valg eller i form av protester? Dette er reportasjens hovedpoeng. Kommentarens poeng er å forsøke å skjære igjennom det som er uklart – gjennom svadaen, frasene og bløffen, det er mye bløff i politikk, – og gå til kjernen og si at «slik ser det ut for deg, men det er slik det er», forklare og konkludere slik at folk blir litt klokere. Nesten som en lærebok, bare på en litt mer intelligent og journalistisk måte. Sånn er det – i hvert fall mener vi at det er sånn det er. Så er det opp til leseren å vurdere hvilke kommentatorer de stoler på, om de skriver klokt og godt og har bakgrunn for det de skriver – «her får jeg noe». Man skal bli klokere av å lese en kommentarartikkel. Målet er ikke å påvirke direkte for å få folk til å mene det samme som oss, men vi skal hjelpe dem til å ta et standpunkt (ibidem).

Dagsavisen hadde i 2001 et opplag på 35 413 eksemplarer. Avisen var (og er) landets største mottaker av pressestøtte, og fikk i 2001 et beløp på 32,5 millioner kroner (tall fra Mediebedriftenes Landsforening, gjengitt i Bjørnstad og Kjeldsen 2002: 97).

## 2.5 VG (Verdens Gang)

Planleggingen av det moderne Verdens Gang<sup>11</sup> – VG – startet under 2. verdenskrig, og var opprinnelig et forsøk på å gjenreise Tidens Tegn. Etter hvert overtok imidlertid krefter i Hjemmefronten prosjektet, og den nye avisen – som utkom for første gang 23. juni 1945 – ble omtalt som «hjemmefrontorganet» Verdens Gang (Eide 1998: 15).

VG er den eneste avisen i mitt utvalg som aldri har tilkjennegjort noe partipolitisk ståsted. Som den yngste avisen jeg ser på ble den dannet lenge etter partipressens oppstandelse på slutten av 1800-tallet, da de fleste avisene valgte å støtte et bestemt parti. (Se kapittel 1.2.3). Den uavhengige linjen ble nedfelt av redaktør Chr. A. R. Christensen i programerklæringen «Våre veier og vårt mål», som ble gjengitt i den første utgaven av avisen. Her het det at VG skulle være uavhengig

---

<sup>11</sup> Det første *Verdens Gang* startet opp i 1868, og ble overtatt av *Tidens Tegn* i 1923. Avisen gikk inn i 1941 (Eide 1998: 15).

av aksjonærer, politiske partier og andre organisasjoner. Dette var nødvendig for at avisens politikk skulle være «ledet av saklige hensyn» (Eide 1998: 15).

Martin Eide mener at VG i sine første år, med blant annet mye politisk stoff – både norske og utenlandsk – viste «*trekk av den europeiske eliteavisen*» (ibidem: 16, kursiv i original). Elitepreget forsvant i 1952 da VG – for å bøte på synkende opplagstall – gikk over fra å være morgenavis til ettermiddagsavis, og tok opp konkurransen på løssalgsmarkedet med Dagbladet. «[E]t hamskiftet i avisens historie var innledet. En populæravis begynte gradvis å ta form», skriver Eide (ibidem: 17).

Kampen mot «storebror» Dagbladet var lenge vanskelig, og på 1950-tallet hadde avisen stadig økonomiske problemer. Samtidig pågikk arbeidet med å utvide distribusjonen til større deler av landet. 1. januar 1963 gikk den tidligere fullformatsavisen over til tabloidformat, men VG hadde ennå ikke ressurser til å gjennomføre store markedsfremstøt. Mot slutten av 1963 var det igjen økonomisk krisestemning i avisen, men dette forandret seg etter hvert som forhandlingene med Aftenpostens eiere skred frem. Disse overtok VG 1. juni 1966.

Etter eierskiftet gikk det gradvis bedre med VGs økonomi. Fra og med 1971 gikk avisen med overskudd, og ved utgangen av 1973 var den betydelige økonomiske støtten fra Aftenposten dekket inn. «Siden kan norsk pressehistorie ikke oppvise maken til gullkantet forretning» (ibidem: 255). Avisen jobbet hardt for å markere seg i store deler av landet, blant annet ved å bygge ut et nett av distriktskontorer. «Alt tidlig på 70-tallet var det riktig å snakke om VG som en riksavis» (ibidem: 269). Opplagstallene økte kraftig, og i 1981 fikk VG et større opplag enn Aftenposten (ibidem: 266). Siden den gang har VG vært Norges desidert største avis målt i opplagstall.

Da nyheten om at Aftenpostenes eiere hadde overtatt avisen ble kjent i 1966, mente mange at dette gjorde VG til en konservativ avis. Etter «alt å dømme er Verdens Gang nå også formelt blitt en ren Høyre-avis», skrev Arbeiderbladet 28. juni 1966 (sitert etter Eide 1998: 250). Formelt sett har VG alltid vært politiske uavhengig, men i praksis har avisen støttet politiske retninger. Under Kings Bay-saken i 1963 var VG svært kritisk til den sittende Arbeiderpartiregjeringen. «VGs ønske om en borgerlig regjering var nå for lengst ideologisk fundert», skriver Eide (1998: 317). «I valgkampene på 60-tallet fortsatte VG – på lederplass – sitt korstog mot Arbeiderpartiet og for en borgerlig regjering» (ibidem: 325). Calmeyer og Mathisen

hevder at VG hele tiden har «tilhørt den borgerlige del av norsk presse og har i de senere årene beveget seg mot høyre [...]» (1974: 25).

Avisen har imidlertid alltid ønsket å være et åpent forum for politisk debatt ved å slippe til representanter for de fleste partier. Ifølge Gunhild Rui støttet avisen både Arbeiderpartiet og Høyre under stortingsvalget i 1997 (1999: 101); Paul Bjerke konkluderer mer kategorisk ved å skrive at «[e]t tradisjonelt «borgerlig» organ som VG oppfordret i 1997 sine lesere til å stemme på Arbeiderpartiet» (2001: 10).

Politisk redaktør i VG, Olav Versto, påpeker at «*uavhengigheten* er VGs grunnleggende formål», og at det ikke er riktig å si at avisen har støttet Høyre og Arbeiderpartiet:

Det er der viktig å skille mellom å støtte *partiene*, eller å stå for en *politikk* som de partiene står for. Nettopp fordi VG har vært opptatt av helheten i politikken, for eksempel at den økonomiske politikken skal henge sammen – og at vi har støttet det som har vært hovedlinjen i norsk utenriks- og sikkerhetspolitikk – har vi ofte har inntatt det samme standpunktet som Arbeiderpartiet og Høyre. Kanskje før i tiden noe oftere det som var Høyre-standpunkter i viktige saker, men i de senere år også Arbeiderpartiet (Versto 2003 [intervju]).

Versto sier at VG alltid har vært tilhenger av internasjonalt samarbeid, og har støttet opp om NATO-medlemskapet og vært positivt innstilt til norske EU-medlemskap – hvilket også kjennetegner Høyre og Arbeiderpartiet.

Men jeg må understreke at vi også har tatt samme standpunkt som SV og sentrumsregjeringen, og vi har også vært enige med Fremskrittspartiet i forskjellige saker. Uavhengigheten vår gjør at vi ser på *sakene*, ikke på hvilket parti som inntar standpunktene (ibidem).

På spørsmål om hva som er formålet med VGs politiske journalistikk, svarer Versto følgende:

Det skal være både å opplyse og underholde. Det er å bringe nyheter, men også å kommentere og analysere nyhetene. Og det er å være forbrukerveiledende også når det gjelder politikk, alt det er viktig. Men *nyheten* er jo det bærende elementet i et massemedium, også i den politiske journalistikken. Uten nyheter er avisen et dødt produkt. Men så må også kommentarene og det andre jeg nevnte komme i tillegg og utfylle (ibidem).

I VGs «stiftelseserklæring» heter det blant annet at

Verdens Gangs formål er å være en *partipolitisk og økonomisk uavhengig dagsavis* for hele landet. Grunnleggende retningslinjer for Verdens Gang er fastlagt ved etableringen i 1945. Det skal derfor være avisens oppgave å bygge bro over motsetninger i samfunnet og å dempe politisk strid som ikke er begrunnet i ideologiske forskjeller. Dette ser avisen på som et mål også på det internasjonale plan gjennom sitt positive syn på mellomfolkelig samarbeid. *I enhver sammenheng vil avisen kjempe mot ytterliggående, samfunnsnedbrytende tendenser.* Avisen bygger på humanetiske idealer og de grunnleggende demokratiske verdier (min kursivering).

VG var i 2001 Norges største avis med et opplag på 387 508 eksemplarer (tall fra Mediebedriftenes Landsforening, gjengitt i Bjørnstad og Kjeldsen 2002: 88). VG AS er hundre prosent eid av konsernet Schibsted ASA (ibidem: 250).



I dette kapitlet har redegjort kort for skillet mellom «populærpresse» og «kvalitetspresse», og vist at dette skillet er mindre markant i Norge enn i andre land det kan være grunn til å sammenligne seg med. Til tross for at VG – i motsetning til de andre avisene – kan betraktes som en «populæravis», har den stor politisk innflytelse i Norge; ikke minst fordi VG er landets desidert største avis. Jeg gitt en oversikt over historien til de fire avisene i mitt utvalg, og forsøkt å beskrive tilknytningen til politiske partier. Ingen av avisene betrakter seg selv som partiaviser i dag, men det er likevel politiske forskjeller mellom avisene. Dagsavisen, som tidligere var et organ for Arbeiderpartiet, ligger til venstre i politikken, og den tidligere Venstre-avisen Bergens Tidende har plassert seg i sentrum. Aftenposten, som tidligere opptrådte som en støttespiller for Høyre, fremstår i dag som en relativt nøytral avis, selv om den har et liberalt-konservativt grunnsyn. VG har aldri tilkjennegjort noe partipolitisk ståsted, men avisen har i mange tilfeller støttet de samme sakene som Arbeiderpartiet og Høyre.

### 3. Teoretiske perspektiver

I dette kapitlet vil jeg presentere ulike teoretiske bidrag av både normativ og deskriptiv art. På grunn av de plassbegrensningene en hovedoppgave setter, har jeg valgt å prioritere i bredden istedenfor i dybden, i håp om å få omtalt ulike teoretiske perspektiver som er relevante for medienes politiske rolle. Jeg finner det naturlig å starte med en redegjørelse av forholdet mellom medier, demokrati og valgkamp, før jeg ser på utviklingen innenfor mediedekningen av valgkamper, der mediene stadig har blitt mer selvstendige i forhold til de politiske partiene. Deretter redegjør jeg for medienes politiske rolle med hensyn til dagsordeneffekten, «priming» og «framing». Jeg omtaler profesjonaliseringen av journalistrollen og de mulige implikasjonene dette kan ha for den politiske dekningen i moderne aviser. I neste punkt ser jeg nærmere på medienes politiske makt ved å benytte teorien om mediene som en politisk institusjon. Jeg redegjør så for Habermas' historisk-normative fremstilling av den borgerlige offentlighets fremvekst og forfall, og omtaler kort Sennetts fremstilling av intimitetens tyranni. Avslutningsvis ser jeg på viktigheten av image i politikken – hvordan politikere i stadig større grad bedømmes etter andre kriterier enn de rent politiske. Formålet med denne teoridelen er å danne et bakteppe for analysen av pressedekningen i de fire avisene i forkant av stortingsvalget i 2001.

#### 3.1 Medier, demokrati og valgkamp

Were it left to me to decide whether we should have a Government without Newspapers, or Newspapers without a Government, I should not hesitate a moment to prefer the latter (Thomas Jefferson 1787, sitert i Keane 1991: 2).

Alt diktatur hviler i vår tid på en censurert og ensrettet presse. Det hviler på at man gjennom pressen – som skulde tjene til opplysning! – blir avskåret fra adgangen til å danne sig nogen mening om politiske spørsmål, og avskåret fra adgangen til å protestere mot urett (Arnulf Øverland 1946: 152).

«[W]hile drains and clean water are tangible material things whose existence is easily verified, democracy is not. It is a concept, an abstraction, a term with no single precise and agreed meaning», skriver Anthony Arblaster (1987: 1). Forståelsen av begrepet demokrati har forandret seg mye siden læren om folkets medvirkning i statsstyret oppsto i antikkens greske bystater rundt år 500 f.Kr. Begrepet er også «understood differently today in the context of different social and economic systems» (ibidem). Øyvind Østerud definerer begrepet slik:

Vi vil forbeholde ordet «demokrati» for styreformer hvor den voksne befolkning kan delta i valg mellom politiske alternativer i sammensetningen av lovgivende forsamling, og hvor regjeringsmakten enten indirekte (parlamentarisme) eller direkte (presidentstyre) har grunnlag i frie valg (Østerud 1996: 170).

En annen sentral betingelse for et demokrati er *retten til fri meningsdannelse*, der politisk selvstendige massemedier spiller en viktig rolle:

The press is supposed to enhance democracy both by stimulating the citizenry's political interest and by providing the specific information they need to hold government accountable (Entman 1989: 3).

I det parlamentariske systemet i Norge holdes det valg til Stortinget hvert fjerde år. For å kunne delta i valg er borgerne avhengig av informasjon, og som kanaler for politisk informasjon spiller mediene en viktig rolle.<sup>12</sup> «En fri presse er antakelig vel så viktig for demokratiet som frie valg», mener tidligere leder av SV, Erik Solheim (Solheim 1999: 313). Martin Eide (2001: 26) formulerer seg slik:

Journalistikken henter sin offentlige legitimitet i et demokratiideal. Den skal gi samfunnsborgerne bakgrunn for egne meninger og grunnlag for å fatte demokratiske valg.

Spesielt de siste ukene før valg er det mye politisk stoff i mediene, og saker settes på dagsordenen (se kapittel 3.3). Mediene spiller her en svært sentral rolle (se Eidesitatet i oppgavens innledning). Det er imidlertid uenighet om hvorvidt – eller i hvilken grad – valgkampen har innvirkning på valgresultatet. Forskere har kommet frem til ulike resultater, og på bakgrunn av disse presenterer Thomas M. Holbrook (1996) tre syn på valgkampens betydning under presidentvalg i USA: 1) Det er valgkampen som har hovedansvaret for valgresultatet. 2) Selv om valgkamper kan ha noe innflytelse, er effektene begrenset av valgets politiske og økonomiske kontekst. 3) Valgkamper er nesten helt eller fullstendig irrelevante. Ifølge dette synet er valgutfall så sterkt påvirket av nasjonale forhold at det er lite trolig at valgkamper kan påvirke det nærmest forutbestemte utfallet i nevneverdig grad (Holbrook 1996: kapittel 1; 157).

Holbrooks konklusjon etter blant annet å ha studert de amerikanske presidentvalgkampene i 1984, 1988 og 1992 ligner på syn nummer 2:

---

<sup>12</sup> Demokratiteoretikernes interesse for massemediene har imidlertid vært påfallende liten. «Etablerte demokratiteorier inneholder merkelig lite av åpninger for slike diskusjoner [om medienes demokratiske rolle]. Svært få om overhodet noen av dem innreflekterte begreper om massekommunikasjonen eller om dens betydning for demokratiet. Vi leter forgjeves etter selv den mest beskjedne referanse til medier eller kommunikasjon i en Robert A. Dahls arbeider, eller i Stein Rokkans bredt anlagte teorier om politisk utvikling og demokrati. [...] Situasjonen er noe bedre den andre veien, idet emnet medier og demokrati er tatt opp av flere medieforskere», skriver Hans Fredrik Dahl (1995: 56).



Campaigns do matter; they play a very important role in shaping public opinion during an election year and they contribute to the ultimate outcome. But at the same time it is important to recognize that the political and economic context of the election can place parameters on the potential effect of the campaign» (ibidem: 158).

Til tross for ulike syn på valgkampens effekter kan man ikke

fraskrive den en sentral plass i vårt politiske liv. Dette gjelder både når vi vurderer dens kortsiktige virkninger på stemmefordelingen ved førstkommande valg, og når vi ser på dens betydning for det politiske system på lengre sikt. Denne erkjennelse gjør kommunikasjonsprosessene i løpet av valgkampen til et viktig område for nærmere studier (Waldahl 1982: 224).

I det politiske liv er maktforholdene fordelt på flere aktører. «Jeg har mer makt enn mange stortingsrepresentanter, men det har også hvilken som helst politisk journalist», har lobbyist og tidligere stortingsrepresentant for Fremskrittspartiet, Tor Mikkelt Wara, uttalt (Dagbladets *Magasinet* 15. mars 2003). I denne oppgaven er det imidlertid kun *medieinnholdet* jeg konsentrerer meg om, uten å ta stilling til innholdets effekter.

### 3.2 Mediene som kanal, arena og aktør

Jeg tror den enkeltfaktor for oss politikere som har forandret seg mest de årene jeg har vært aktiv politiker, er forholdet til mediene (statsminister Kjell Magne Bondevik, sitert i Stanghelle 2002).

Se på valgkampen: Da kommer politikerne inn på banen, nydressede og nervøse og skal ut med sitt budskap. Men journalistene nekter dem å snakke om det de vil. De sier: «Nei, det du sier nå er ikke interessant. Svar på mine spørsmål» Før tjente journalistene en offentlighet, nå tjener journalistene sine egne interesser (Bjørghulv Braanen, redaktør i Klassekampen, sitert i Dagbladets *Magasinet* 15. juni 2002).

De norske medienes rolle i forbindelse med politiske valg forandret seg mye i løpet av det 20. århundre. De aller fleste avisene startet opp som partiaviser i andre halvdel av 1800-tallet, og var dermed aktive støttespillere for sine partier i mange år. Kringkastingen startet imidlertid opp som et politisk nøytralt medium tidlig på 1900-tallet – så nøytralt at politikk var et tabuområde i radioens første år. Imidlertid var det krefter i Kringkastingsselskapet<sup>13</sup>, og fra 1933 NRK, som ivret for politisk stoff også i radioen. I praksis skjedde det en overgang fra en «passiv» til en «aktiv» nøytralitet i radioen mellom 1930 og 1933, der den aktive nøytraliteten innebar at politiske emner skulle slippes til i en «saklig og balansert form» (Dahl 1975: 286).

Utviklingen av norske mediers valgkampdekning etter 2. verdenskrig kan inndeles i tre faser – fra I *kanal*, til II *arena* og til III *aktør* (Bjørklund 1991; Østbye 1997). Bjørklund tidfester fase I til 1945-57, da partipressen var lojal, og avisene

<sup>13</sup> Kringkastingsselskapet drev radiovirksomhet i Norge frem til det statlige NRK (Norsk rikskringkasting) ble opprettet 1. juli 1933 (Dahl 1975).

tjente som en kanal mellom partiene og velgerne. Radioen fikk sitt gjennombrudd som valgkampmedium, men monopolkanalen NRK spilte her en passiv rolle, og lot politikerne i stor grad utforme innholdet i programmene.

I mange år etter 1945 var dette rutinen: Kringkastingssjefen innbød partienes parlamentariske ledere til Marienlyst i god tid før valget, og fungerte som vert i det møtet der partiene selv bestemte valgsendingene, fordelte sendetiden og ble enige om rekkefølgen. Med hensyn til partipolitikk var NRK et mikrofonstativ, punktum» (Dahl 1995: 65).

I fase II, 1961-69, var fjernsynet innført i Norge; de regulære sendingene startet i august 1960. Fjernsynets valgsendinger fulgte tradisjonen fra radioen, og journalistene fungerte i stor grad som «stoppeklokkeholdere» for å passe på politikernes taletid. Partipressen eksisterte fortsatt, men avisene ble i større grad enn tidligere en arena for politiske diskusjoner.

I fase III, 1973-1989, ble NRKs journalister mer aktive under valgsendingene, og fjernsynet ble en aktør i valgkampen. Ikke alle politikere satte pris på at «stoppeklokkedemokratiets» tid var omme. I 1970 skrev Herbjørn Sørebo, en av representantene for den mer pågående politiske journalistikken i NRK, følgende:

Viktigere enn at alle parti har fått si tilmålte stoppeklokketid, er at det som faktisk har hendt av interesse, kjem fram. For journalister er dette sjølv sagt, men det er kanskje ikkje det for alle politikarar, og difor er det ingen banalitet å nemne det (Sørebo (1970: 47).

Avpartifiseringen av pressen gjorde avisene til en mer selvstendig aktør; selv aviser som opprettholdt et nært forhold til et parti førte en mer selvstendig politisk journalistikk enn tidligere (Bjørklund 1991: 282-286). Det finnes imidlertid unntak, og jeg vil hevde at avisene i mitt utvalg i liten grad opptrådte som aktører i forbindelse med omtalen av SV under valgkampen i 2001. Dette er nærmere beskrevet i kapittel 9.2.

Det kan være grunn til å hevde at medienes aktørrolle har eskalert i perioden etter 1989. Kjersti Thorbjørnsrud (2001) beskriver en «utvikling der journalisten inntar en mer aktiv rolle i den kritiske reportasjen» (Thorbjørnsrud 2001: 64). Hun lanserer begrepet *intervenerende* journalistikk, «der journalistene ikke bare vil avsløre det som har skjedd eller er i ferd med å skje, men bidra til at ting skjer – få noe til å hende gjennom det de skriver» (ibidem). Journalistene er da aktivt med på å påvirke den politiske prosessen. Dette er en form for journalistikk som er blitt svært vanlig, noe som bekreftes av alle avdelingslederne og journalistene Thorbjørnsrud har intervjuet i de politiske nyhetsavdelingene i Dagbladet, VG og Aftenposten (ibidem: 65).

Thorbjørnsrud eksemplifiserer dette gjennom å se på det som er blitt omtalt som en *pressekampanje* mot Arbeiderpartiets daværende leder Thorbjørn Jagland i 1999-2000 – en serie med harde angrep – som til slutt endte med at han trakk seg som statsministerkandidat til fordel for Jens Stoltenberg i februar 2000 (Thorbjørnsrud 2001; Allern 2001: kapittel 5). Et lignende eksempel sto VG for under valgkampen i 2001. «Ap-politikere på Stortinget krever at Jagland MÅ GÅ», het det på førstesiden av avisen 7. september. VG hadde ringt 63 av Aps 65 stortingsrepresentanter, og fått kontakt med 51 av dem. Åtte (relativt ukjente) stortingsrepresentanter sa åpent at de ønsket at Jagland skulle gå av som partileder til fordel for Jens Stoltenberg. I tillegg var det tre som sa det samme, men som ønsket å være anonyme.

Dette oppslaget fikk mye kritikk i andre aviser, ikke minst fordi Jagland hadde deltatt bemerkelsesverdig lite i Arbeiderpartiets valgkamp. Tidspunktet – tre dager før valget – ble også omtalt; også av avisens egne kommentatorer, som slaktet informantene som hadde gått med på å besvare VGs spørsmål:

Det er oppsiktsvekkende at så mange partitopper åpent står frem og kritiserer todelingen tre dager før et skjebnevalg (VGs Marie Simonsen om avisens egne Ap-informanter, 7. september 2001).

Aftenposten skrev blant annet dette i lederartikkelen «Politisk mobbing» 8. september:

Ingen politiske observatører vil si seg uenig i at Ap.s indre liv er interessant stoff. Men det VG nå gjør, er å utrope Jagland til sydebukk. I denne situasjonen er det ren mobbing.

VGs oppslag illustrerer medienes evne til selv å «skape» politisk journalistisk. Mediene selv er imidlertid ikke alltid like villige til å se det på denne måten:

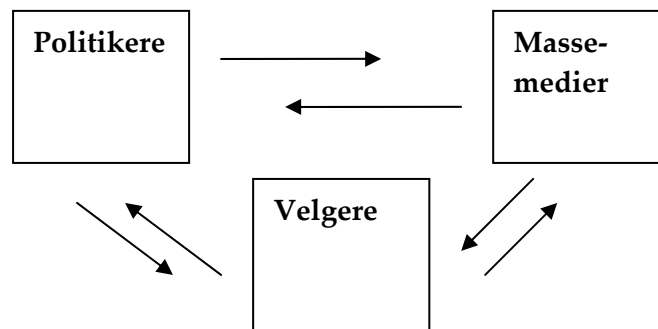
Når vi oppdaget at nå var det i ferd med å reise seg stor motstand i partiet mot Jagland som fortsatt formann, at det syntes å gå i retning av å komme et krav om at han måtte gå, så er det klart at vi skriver om det. Vi ville gjort nøyaktig det samme med ethvert annet parti. Men det var jo veldig uheldig for Arbeiderpartiet i det valget at det var så mange stridigheter om lederskapet i partiet – det er klart det skader et parti. Men når det er slik uro blant medlemmene, så kommer det frem i de store massemediene – det er ikke til å unngå. *Og årsaken til de problemene Arbeiderpartiet fikk der er ikke å finne i VG, årsaken er i Arbeiderpartiet selv* (Politisk redaktør i VG, Olav Versto, 2003 [intervju]).

Til tross for at det kan ha eksistert sterk motstand mot det delte lederskapet internt i Arbeiderpartiet i denne perioden – hvilket forøvrig ikke vil være noe nytt i partiets historie (jfr. Lahlum 2002) – kan VGs metode for å avdekke denne misnøyen utvilsomt kalles intervensjonerende journalistikk.

Massemedienes økende selvstendighet er også påpekt av Øyvind Østerud, leder av Makt- og demokratiutredningen 1998-2003:

[P]olitiske myndigheter [står] under sterkere press fra massemediene. «Medialiseringen» av politikk og offentlighet er en følge av at massemediene i dag er selvstendiggjort i forhold til politiske institusjoner. Mediene er profesjonalisert på egne premisser, samtidig som de er kommersialisert gjennom eiernes krav til avkastning (Østerud 2002).

Vi kan tenke oss følgende modell for politisk kommunikasjon mellom politikere, massemedier og velgere:



**Figur 1: Forholdet mellom politikere, intervenserende massemedier og velgere.**

Figur 1 viser kommunikasjonen mellom politikere, massemedier og velgere. Politikere uttaler seg til massemediene, og mediene bringer enkelte uttalelser videre til velgerne. Samtidig kan mediene fremskaffe uttalelser og reise politiske problemstillinger som politikerne må kommentere – uttalelser og problemstillinger som ikke ville ha eksistert uten medienes innvirkning. Velgerne kan påvirke politikernes prioriteringer gjennom meningsmålinger, der politikerne får kjennskap til velgernes preferanser. Meningsmålingsresultater formidles ofte gjennom massemediene, men politiske partier gjennomfører også egne meningsmålinger, hvilket skaper en direkte kontakt fra velgere til politikere. Politikerne kan også påvirke velgerne gjennom direkte kanaler som politisk reklame, personlig kontakt og partiprogrammer. Personlig kontakt er imidlertid mindre vanlig i Norge i dag – store umedierte politiske massemøter var vanligere før massemedienes, spesielt fjernsynets, gjennombrudd. Politikere treffer enkelte velgere direkte, noe som kan medføre påvirkning begge veier, men denne kontakten står for svært lite av den politiske kommunikasjonen. Den *viktigste* kanalen mellom politikere og velgere i dag er massemediene. Mediene er nødt til å ta hensyn til mediekonsumentene – dersom medieproduktene, for eksempel den politiske dekningen, ikke faller i smak hos publikum, vil massemediene måtte forholde seg til dette. På den måten kan også velgerne være med på å påvirke medienes politiske kommunikasjon.

### 3.3 Dagsordenfunksjonen, priming og framing

The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think *about* (Bernhard Cohen 1963, sitert i Dearing og Rogers 1996: 1)

Indeed, the agenda-setting function of the media is argued by many observers to be their main contribution to the political process (Brian McNair 1999: 52).

Det er liten tvil om at mediene har påvirkningskraft overfor publikum, men det er vanskelig å avgjøre *hvordan* og *i hvilken grad* mediene påvirker. Teorien om *dagsordenfunksjonen* går ut på at mediene ikke nødvendigvis påvirker *hva* folk skal mene, men hva de skal mene noe *om*, spesielt på det politiske området (Waldahl 1999: 118).

Agenda-setting asserts that audiences take note of the saliences of the news media, note what is emphasized, what receives heavy play, and incorporate a similar set of weights into their personal agenda (McCombs 1976: 1).

Publikum vil oppfatte sakene som får mest medieomtale som de viktigste (ibidem; Wanta 1997: 7).

I kampen om samfunnets dagsorden deltar tre aktører – politikerne, mediene og publikum – og alle har sine egne dagsordener. Medienes dagsorden er sakene de vektlegger, velgernes dagsorden er hvilke saker som opptar dem, og politikernes dagsorden er sakene de prioriterer. I dette trekantforholdet står mediene sentralt; forskning viser at publikum ofte prioriterer saker som har fått mye omtale i mediene, og politikerne kan ikke unnlate å ta opp saker som er reist i mediene (Waldahl 1999: 118).

Teorien om medienes dagsordenfunksjon er blitt møtt med kritikk på enkelte punkter, men har likevel blitt «widely supported under a variety of conditions» (Wanta 1997: 1), og har fått en sentral plass i moderne medieforskning (Waldahl 1992: 160). Undersøkelser viser at effekten først og fremst gjelder saker hvor publikum har liten erfaring eller interesse (*unobstrusive issues*). Det er vanskeligere for mediene å få gjennomslag i saker som publikum kjenner fra sin egen hverdag (*obstrusive issues*) (Waldahl 1992: 162). Dette ble også bekreftet i et forskningsprosjekt om medienes rolle ved parlamentsvalget i Storbritannia i 1997 (Norris et al. 1999: 182-183).

Medienes fokus på bestemte saker påvirker både publikums *intrapersonlige* dagsorden – hvilke saker folk kjenner til og oppfatter som viktige – samt den *interpersonlige* dagsorden – sakene som diskuteres med andre (Waldahl 1999: 119).

Det er imidlertid ikke bare *utvalget* av saker som er sentralt, også *perspektivet* som preger sakene er viktig. Begrepene *priming* og *framing* benyttes ofte i studier av medienes fremstilling av bestemte saker (ibidem), og er blitt kalt «det annet dagsordennivå» (Ghanem 1997: 3). Hypotesen om *priming* sier at mediene både er ansvarlige for vurderingen av politiske sakers viktighet, og for måten velgerne bruker sakene på for å vurdere de politiske *ledernes* handlinger i forbindelse med disse (Cappella og Jamieson 1997: 52). Dersom mediene for eksempel fokuserer mye på finanspolitikk, kan dette føre til at politikere med store finanskunnskaper øker sin oppslutning blant velgerne. Ved å fokusere på ulike vurderingskriterier, kan mediene øke politikernes muligheter for suksess (Waldahl 1999: 121).

Et eksempel fra valgkampen i 2001 er «avsløringen» i Dagens Næringsliv og VG om at Arbeiderpartiet hadde vurdert å kutte i sykelønnsordningen (dette er nærmere omtalt i kapittel 9.1). Fordi Arbeiderpartiet hadde markert seg som en sterk forsvarer av sykelønnsordningen i valgkampens første fase, mistet partiet antagelig mye troverdighet i forhold til dette spørsmålet etter avisoppslagene. Dette hadde høyst sannsynlig en primingeffekt – for velgerne som betraktet sykelønsspørsmålet som en viktig sak, fikk saken antagelig stor betydning i forhold til Arbeiderpartiet.

*Frames – medierammer* – er et begrep som benyttes for å beskrive *hvordan* mediene presenterer sakene de tar opp. Begrepet er definert på flere forskjellige måter. Cappella og Jamieson (1997: 39) benytter følgende definisjon:

news frames are those rhetorical and stylistic choices, reliably identified in news, that alter the interpretations of the topics treated and are a consistent part of the news environment.

Begrepet omfatter både det som blir tatt med, og det som utelates fra medietekstene (ibidem: 44-45). Gaye Tuchman (1978: 193) beskriver prosessen slik:

An occurrence is transformed into an event, and an event is transformed into a news story. The news frame organizes everyday reality and the news frame is part and parcel of everyday reality, for, as we have seen, the public character of news is an essential feature of news.

Medierammene er med andre ord med på å forme *hvordan* publikum oppfatter nyhetene som formidles. I kapittel 9.1 har jeg beskrevet hvordan de ulike avisene omtalte Arbeiderpartiets forhold til sykelønssaken. Spesielt VG fokuserte mye på spillet i kulissene, og denne relativt negative og konspiratoriske framingen har høyst

sannsynlig påvirket mange leseres oppfatning av Arbeiderpartiet. For lesere av andre aviser, som framet denne saken på ulik måte, var effekten sannsynligvis noe annerledes.<sup>14</sup>

### 3.4 Journalistisk profesjonalisering

Nyhetsformidling er «konstruksjon av virkelighet», mener Gaye Tuchman:

news draws on social and cultural resources to present accounts, and is itself a social and cultural resource for social actors» (Tuchman 1978: 209).

Da de fleste norske aviser ifølge Arve Solstad (1965) var «permanente talerør for sine respektive partier», var partipolitiske hensyn viktige ved utvelgelsen og formidlingen av politiske nyheter. I takt med avpartifiseringen av norsk presse har imidlertid journalistikken blitt stadig mer *profesjonalisert*.

Profesjonalisering og yrkesetikk henger nært sammen. Et kjernepunkt både i yrkesetikk i snever forstand og i profesjonaliseringen i bred forstand er arbeidet for *faglig autonomi* (Brurås 2001: 15; kursiv i original).

I journalistenes mål om faglig autonomi ligger et ønske om å være mest mulig uavhengig i forhold til maktfaktorer som blant annet kilder, annonsører, eiere av mediebedrifter, samt andre kommersielle og politiske interesser (ibidem: 53-57).

Begrepet «profesjon» har flere betydninger. Den dagligdagse betydningen er et bestemt betalt yrkesfelt, men en snevrere definisjon stiller krav til en bestemt utdanning, og yrket skal ikke kunne fylles av andre personer enn de som har denne utdannelsen. Legeyrket er et mye brukt eksempel på en klassisk profesjon (Allern 1997: 17). Det finnes imidlertid få rendyrkede profesjoner, og den snevre definisjonen må derfor forstås som en idealtipe.

*Profesjonalisering* betegner derfor en utvikling som går i retning av denne idealtypen, mens *avprofesjonalisering* betegner en utvikling som fjerner seg fra den (ibidem; kursiv i original).

Med opprettelsen av blant annet en toårig høyskoleutdanning i journalistikk, samt journalistikk hovedfag, har det journalistiske faget blitt mer profesjonalisert i de senere år. Begrepet *journalisme* benyttes ofte for å beskrive en profesjonalisert presseverden der journalistene hevder å vite hva som er nyheter uten å gi noen videre forklaring – journalismen står «presumptivt [...] på siden av det vanlige politiske spekter og representerer et eget profesjonelt verdisystem, vektlegger avsløring av

---

<sup>14</sup> Jeg må imidlertid påpeke at dette ligger utenfor denne oppgavens rammer å omtale *effektene* av medieoppslag mer enn i form av enkelte antagelser.

«virkeligheten», enten det er høyre eller venstre som avsløres» (Mathiesen 2002: 141).

Et problem med alle de ulike typene «journalisme» er at politiske og ideologiske verdivalg blir implisitte, de finnes som en del av underteksten, men diskuteres og klargjøres ikke. Avsløreren legger så å si et slør over sine egne holdninger og motiver (Allern 2001: 23).

Et viktig mål for den moderne presse, med svake bånd til politiske partier, er å fremstå så *objektivt* som mulig:

For journalists, objectivity does not mean that they are impartial observers of events – as it does for the social scientist – but that they seek out the facts and report them as fairly and in as balanced a way as possible» (Soloski 1997: 143).

Få – om noen – tror det er mulig å formidle «virkeligheten»; objektiviteten er kun et mål journalistene forsøker å strekke seg etter. Gaye Tuchman kaller dette et «strategisk ritual» blant journalister, som innebærer å innhente uttalelser fra eksperter, vise begge sider ved en sak, presentere overbevisende beviser og forsøke å holde journalisten selv i bakgrunnen (gjengitt i Cook 1998: 74). Målet om at journalister i så stor grad som mulig skal holde tilbake personlige meninger – i hvert fall når de driver nyhetsformidling og ikke kommentatorvirksomhet – var for eksempel årsaken til at tidligere NRK-medarbeider Petter Nome mistet jobben som programleder for *Sommeråpent* etter å ha engasjert seg sterkt mot et militært angrep på Irak våren 2003<sup>15</sup>.

Til tross for objektivitetsmålet vil imidlertid ulike medier ofte presentere nyheter på forskjellig måte. Blant annet Glasgow- og Birminghamskolen har vist at

because the institutions of news reporting and presentation are socially, economically and politically situated, all news is always reported from some particular angle. The structure of the medium encodes significances which derive from the respective positions within society of the publishing or broadcasting organizations (Fowler 1991: 10).

En konsekvens av profesjonaliseringen av journalistyrket, er at journalistene har fått en likere bakgrunn, og dermed også en likere måte å tenke journalistisk på. I dagens vanskelige arbeidsmarked for unge journalister, der det er hard kamp om kortvarige vikariater, opplever man å «lese en journalist en uke i Dagbladet, og samme journalist uken etter i Aftenposten», som en journalist uttalte til Morgenbladet (13. mars 2003). Mange journalister, med ulike politiske syn, vandrer mellom avisene som tradisjonelt

---

<sup>15</sup> «Nome-saken» vakte stor oppmerksomhet våren 2003. Mange hevdet at NRK-ledelsen hadde vært for strenge, men avgjørelsen fikk også relativt stor oppslutning blant norske redaktører. Nome hadde selv liten forståelse for avgjørelsen, og i et leserbrev skrev han at «det må aldri bli et mål at alle utøvere av journalistikk er politisk og moralsk desinfisert» (Journalisten nr. 06/2003).



hadde ulike politiske ståsteder. Dette, som nærmest var utenkelig i partipressens tid (Allern 2001: 19; Eide og Hernes 1987: 154), kan føre til at journalistene uten fast ansettelse blir mindre preget av de ulike mediene de jobber i enn tidligere. Dette – kombinert med den standardiserte utdannelsen stadig flere av dagens journalister har tatt, i motsetning til i tidligere tider – kan igjen føre til at journalister i ulike medier *tenker* likere enn de gjorde i partipressens dager<sup>16</sup>

Hvorvidt dette igjen får konsekvenser for det journalistiske produktet, er imidlertid usikkert. Selv om det er stor gjennomstrømming av medarbeidere i norske medier, vil avisens tradisjoner og arbeidsrutiner fortsatt legge rammene for journalistenes arbeid. En rekke forskningsresultater viser at

newsmaking is a collective process more influenced by the uncritical accepted routine workings of journalism as an institution than by attitudes of journalists (Cook 1998: 71).

Et viktig poeng i denne forbindelse er at den norske presseverdenen er preget av en «forgubbingstendens på sjefredaktørnivå» (Simensen 1999: 135). Både hos sjefredaktører, og i redaksjonslokalenes vegger, kan det hevdes at mange gamle ideologier fortsatt eksisterer, og disse vil fort oppfattes av nye journalister.

Since the norms of news professionalism are shared by all journalists, the news organization needs only to concentrate on teaching journalists its own news policies, and needs only to develop techniques for ensuring that its journalists adhere to the policies (Soloski 1997: 147).

På tvers av de fleste nyhetsorganisasjonene jobber de ansatte etter relativt like prinsipper og verdensforståelser. Dette har ført til at enkelte ser på mediene som en *politisk institusjon*.

### 3.5 Mediene som en politisk institusjon

En valgkamp kan betraktes som en iscenesettelse av en offentlighet der møtet mellom politikk og journalistikk blir avgjørende for valgkampens gang (Eide 1991: 186).

Eides utsagn er i tråd med Habermas' syn på medienes roller i moderne valgkamper (se kapittel 3.6); i valgkamptider skapes det en arena der meninger og informasjon

---

<sup>16</sup> Flertallet av norske journalister tilhører politikkens venstreside. En undersøkelse utført av Opinion viser at hele 36 prosent av norske journalister foretrekker Sosialistisk Venstreparti, mens 33 prosent vil stemme Arbeiderpartiet. 12 prosent foretrekker Høyre, og 7 prosent vil stemme Venstre. Prosenttallene for Fremskrittspartiet, KrF, RV og Senterpartiet er henholdsvis 3, 3, 3 og 2. 54 prosent av journalistene er EU-tilhengere (Journalisten nr. 05/2003). En rekke undersøkelser viser imidlertid at det er de ulike mediene, og ikke journalistenes egne politiske preferanser, som har størst betydning for det journalistiske produktet (Cook 1998: 71-73).

utveksles. De politiske partiene skal forsøke å «selge» sine budskap til velgerne, og som

arena setter mediene vesentlige premisser for den politiske offentlighet. Samtidig må de selv forstås som et resultat av denne offentlighets tilstand (Eide 1991: 16).

Timothy E. Cook (1998) mener mediene samlet sett, og ikke bare i valgkamptider, har så stor betydning at de kan betraktes som én enkelt *politisk institusjon*. Dette er et syn som også deles av Bartholomew H. Sparrow (1999). Det finnes en rekke ulike definisjoner av begrepet institusjon, men Cook skriver at «[t]he core of all institutionalisms is a denial that all social phenomena can be reduced to individual psychologism» (1998: 66). Som et utgangspunkt benytter han en definisjon av Samuel Huntington og Jorge Dominguez:

Politics – that is, deciding who gets what, when and how for a society – often, but not always, takes place through formal organizations and procedures. To the extent that these organizations and procedures become stable, recurring, and valued patterns of behavior, they become political institutions (ibidem).

Cook legger til at institusjoner ikke bare har formelle regler for handling, de har også uskrevne regler og rutiner for hvordan man skal oppføre seg sosialt og politisk. Mange av disse blir oppfattet som en verdi i seg selv, selv om de ikke nødvendigvis er nødvendige for å oppnå bestemte mål. Institusjonens regler og prosedyrer blir oppfattet som den kvasi-naturlige måten å få ting gjort på. De varer over tid og strekker seg over rom, og det er vidt anerkjent – både utenfor og innenfor organisasjonene som utgjør institusjonene – at alle som utfører lignende jobber har en sentral plass i samfunn og politikk (ibidem: 66-71).

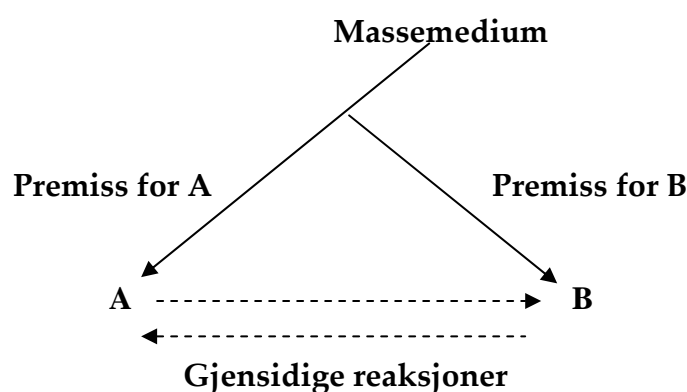
Ikke bare opptrer mediene selv som en politisk institusjon; også myndighetene har institusjonalisert sin kontakt med mediene (ibidem: 140). Dette gir mediene stor makt, hvilket kan være et problem fordi de ikke kan opptre hundre prosent objektivt – de vil måtte favorisere bestemte politiske aktører, prosesser og utsagn i utvelgelsen av saker og vinklinger (ibidem: 165). Et annet problem, mener Cook, er at politikerne må ta hensyn til det nyhetsvennlige når de utformer sin politikk. Dette er ikke bare noe de må ta hensyn til i sine kommunikasjonsstrategier; det må også inkluderes «into the very criteria for decisions and actions» (ibidem: 167). SVs leder Kristin Halvorsen kommenterer dette slik:

Det er de rammebetingelsene vi jobber under, og jeg konstaterer på en måte at sånn er det. Men jeg tror det gjør ganske mye med hvordan man faktisk jobber med politikk. Jeg tror det kjører politikk enda mer enn før inn i parolevirksomhet. Jeg tror det fører oss enda lenger enn før inn i enkle svar på meget kompliserte spørsmål, og der de som tillater seg å veie for og imot, eller måtte være i tvil, er uaktuelle for mange av de debattene som faktisk foregår (Sitert i Bilden et al. 2001).

Massemediene får ofte ulike aktører til å forholde seg til hverandre, og skaper derfor meningsutvekslinger som igjen blir formidlet gjennom mediene. Eide og Hernes (1987: 32) fremstiller denne *triangelhypotesen* slik:

Massemedia påvirker ikke bare enkeltaktører og enkeltgrupper direkte, men tvinger også aktører til å reagere på hverandre i situasjoner der konteksten bestemmer makten som kan utøves. Nyhetene media bringer, blir premisser for handlinger – som må rapporteres og dermed utløses nye tiltak og svar fra medias side. Forløpet av rapporter og reaksjoner blir et sentralt tema.

Eide og Hernes' triangelhypotese er gjengitt i figur 2:



**Figur 2: Triangelhypotesen (fra Eide og Hernes 1987: 31)**

Under en valgkamp vil ofte politikere svare på kritikk fra andre politikere gjennom massemediene, og kommunikasjonen vil dermed bli som vist i figur 2. Et eksempel på triangelhypotesen under valgkampen i 2001 er Dagsavisens oppslag om Høyres toppkandidat i Østfold, Martin Engeset, som mener at KrFs statsministerkandidat Kjell Magne Bondevik «begynner å minne mer og mer om en ål» (7. september). Årsaken til dette er at han mener Bondevik forsøker å «helgardere» for å kunne bli statsminister igjen. Bondevik kommenterer bruken av ål-metaforen ved å si at han lar seg «ikke hisse opp», men legger til at han «kan ikke annet enn å undre meg over at en toppkandidat fra et parti som gjerne vil samarbeide med KrF kommer med slike karakteristikk». Dagen etter, 8. september, kan Dagsavisen fortelle at Engeset får støtte i Høyre for sammenligningen. Høyres leder Jan Petersen ønsker ikke selv å kommentere dette, men sier gjennom sin rådgiver at Petersen «holder seg som vanlig unna personkarakteristikk». Andre Høyre-politikere er mer positive til sammenligningen, og Dagsavisen lykkes dermed i å sette personer opp mot hverandre, noe som resulterer i mer skriving om saken.

Jeg er enig i at de ulike mediene samlet sett kan betraktes som en politisk institusjon, et syn også Sigurd Allern legger til grunn for sin bok *Flokkdyr på Løvebakken* (Allern 2001). Dette gir mediene samlet sett mye makt, og et viktig spørsmål i den forbindelse er hvordan mediene forvalter sin demokratiske samfunnsrolle. En av de fremste kritikerne er Jürgen Habermas, som hevder at den offentlige diskurs har gjennomgått en negativ utviklingslinje fra slutten av 1800-tallet frem til vår tid.

### 3.6 Habermas og den borgerlige offentlighet

Medier er jo en butikk – de fleste medier er større og mindre butikker som må drives rundt og skal ut med et produkt hver dag; fylle sendetid og sider, skaffe seg inntekter og betale regningene sine. I veldig stor grad er det *det* man driver med i mediene fra dag til dag. De ideelle målsetningene er jo ofte litt mer festtaler og når de helt store tingene skjer (Anders Giæver, mediekommentator i VG. Sitert i Bilden et al. 2001).

I boken i boken *Borgerlig offentlighet – dens fremvekst og forfall* (Habermas 1991) gir Habermas en idealisert fremstilling av den offentlige sfære i England, Frankrike og Tyskland i det 16. og 17. århundre. Her møttes menn fra borgerskapet til diskusjon i kaffehusene, og diskusjonene tok utgangspunkt i aviser og andre trykte medier som vokste frem i denne perioden. «Med den borgerlige offentlighet forstås først og fremst den sfære der privatfolk samles til publikum» (Habermas 1991: 25). I diskusjonene rundt aktuelle temaer var det argumentenes kvalitet som var avgjørende - uavhengig av debattantenes sosiale status. Diskusjonene var adskilt fra både intimsfæren (det private) og statsmakten.

Det resonnerende publikum av privatfolk tilegner seg den offentlighetssfære som var reglementert av øvrigheten, og etablerer den som en sfære for kritikk av den offentlige myndighet (ibidem: 48).

Habermas ser fremveksten av den borgerlige offentlighet i forbindelse med overgangen til markedsøkonomi. På samme måte mener Habermas at med velferdsstatens spede fremvekst på slutten av 1800-tallet

ødelegges litt etter litt grunnlaget for den borgerlige offentlighet – nemlig skillet mellom stat og samfunn. [...] Gjennom denne dialektikk oppløses også offentligheten i dens liberale form dvs. den spesifikke del av det private område der privatfolk samlet seg til publikum for å regulere de almene anliggender i sitt samkvem» (ibidem: 132).

Habermas mener samfunnet blir *reføydalisert* etter hvert som skillet mellom det offentlige og det private oppløses; i likhet med i det gamle føydalsamfunnet er det igjen blitt de rike og mektige som får anledning til å ytre seg, de ressursvake slipper

ikke til i mediene. I forbindelse med dette mener han at publikumsutviklingen går fra kulturresonnerende til kulturkonsumerende – folk blir forbrukere istedenfor deltagere. Han skriver at det finnes et fellestrekk i de borgerlige former for selskapelighet i det 20. århundre: «avholdenhet fra litterært og politisk resonnement» (ibidem: 151).

Habermas beskriver en tiltagende kommersialisering av mediene, hvilket får stor betydning for den politiske debatt.

I forholdet til utvidelsen av avispublikummet mister derfor – sett på lang sikt – den politisk resonnerende presse sin innflytelse; snarere oppnår det kulturkonsumerende publikum – som mer henter sin arv fra den litterære offentlighet enn fra den politiske offentlighet – en bemerkelsesverdig dominans» (ibidem: 157).

For politikere blir det viktigste å vise befolkningen hva de har kommet frem til, parlamentet har «utviklet seg fra å være en disputerende til å bli en demonstrerende forsamling» (ibidem: 192-193).

Habermas mener at det skapes en egen offentlighet under moderne valgkamper:

Hvor mye den politiske offentlighet er forfalt som en sfære for kontinuerlig deltakelse i det resonnement som er orientert mot den offentlige myndighet, kan måles ved å undersøke i hvilken grad partiene får som sin genuine publisistiske oppgave å framskape en slags offentlighet periodisk – en offentlighet som ellers ikke eksisterer (ibidem: 198).

Habermas' fremstilling av den borgerlige offentlighets fremvekst og forfall er blitt utsatt for kritikk fra flere hold<sup>17</sup>. Det påpekes blant annet at fortidens borgerlige sfære aldri var så åpen og inkluderende som man kan få inntrykk av gjennom boken, og at den historiske fremstillingen dermed er mer normativ enn deskriptiv. Habermas innrømmer at *Borgerlig offentlighet* har en rekke svakheter, og at han kan ha vært for pessimistisk i forhold til moderne medier:

Thus if today I made another attempt to analyze the structural transformation of the public sphere, I am not sure what its outcome would be for a theory of democracy – maybe one that could give cause for a less pessimistic assessment and for an outlook going beyond the formulation of merely defiant postulates (Habermas 1992: 457).

Til tross for sine svakheter er *Borgerlig offentlighet* et viktig bidrag til debatten om hvordan mediene bør ivareta sin demokratiske rolle. Martin Eide fører Habermas' resonnementer videre i sin hovedoppgave *Massemedia – en politisk konfliktarena* fra 1983, der han knytter teorien om offentlighetens forfall til Hernes' konfliktorienterte medievriddningshypotese (Slaatta 1999: 22).

---

<sup>17</sup> Boken er grundig behandlet i blant annet Calhoun 1992.

I artikkelen *Det mediavridde samfunn* skriver Gudmund Hernes (1978) at mediene benytter seg av virkemidler som *tilspissing* (man fatter seg i korthet), *forenkling* (kompleksiteten i budskapet forenkles), *polarisering* (kontraster må frem i lyset), *intensivering* (et «heftig utbrudd» foretrekkes fremfor et «sindig innlegg») og *konkretisering* (man konsentrerer seg om det enkelte problem på bekostning av helheten; «ikke minst fordi en ved å ta for seg et særtilfelle kan gi historien "human touch"»).

I Norge som i andre land har vi hatt en debatt om hvorvidt media er høyrevridde eller venstrevridde. De teknikkene for å fange oppmerksomheten jeg nevnte ovenfor, gir oss anledning til å si at programmer kan være *mediavridde*, fordi selve utvalgs måten og fremstillingsformen springer ut av medias egenart, og er de samme enten programlederne, skribentene eller fotografene er vinklet mot høyre, venstre eller midten. De ulike media har sine interne standarder som skjever både seleksjon og presentasjon (Hernes 1978: 189; kursiv i original).

Ofte vil avisers *mediedramaturgi* gi nyhetsartikler en føljetongform, der hver artikkel blir et kapittel i en større historie (Eide og Hernes 1987: kapittel 2.3). Et eksempel på dette under valgkampen i 2001 var VGs fokus på «sykelønnssaken» (se kapittel 9.1).

Det er liten tvil om at de stadig økende kravene til avkastning – kommersialiseringen, som Habermas beskriver – er en viktig forklaringsfaktor for mediens medievridningsteknikker:

en kan ikke bruke tid og penger på program som ingen lytter til, til opptak som ingen ser på, til artikler som ingen leser. Og hvor mange en får i tale, avhenger ikke bare av hva som presenteres, men også av hvordan det presenteres (Hernes 1978: 189).

Mange mener at dette er en utvikling som antagelig bare vil eskalere i årene som kommer.

Privatiseringen og den følgende kapitaliseringen av mediene er nå så sterk, og det legges så stor vekt på inntjening orientert etter leser- og seertall, at utover på 2000-tallet vil kapital og markedskrefter trolig bli den nesten enerådende rammen for mediens virksomhet og produksjon. Organisasjonsstrukturen vil altså i mindre grad være sideordnet som rammesettende forhold, og i enda større grad enn før være underordnet kapitalens behov (Mathiesen 2002: 87).

Også det lisensfinansierte NRK fjernsynet har lagt sterkere vekt på publikumsappell de siste årene for å møte konkurransen fra andre fjernsynskanaler, først og fremst TV2 (Syvertsen 1997).

Hernes' punkt om *konkretisering* innebærer at enkelttilfellene får oppmerksomhet til fordel for helheten, blant annet ved å fokusere på «human touch»-historier. Dette er også innholdet i det Thomas Mathiesen kaller det *dominerende*

*paradigmet*<sup>18</sup> i mediene – fokuseringen på «det individuelle mennesket», «det individuelle menneskets skjebne», «den enkeltstående hendelse», «det dramatiske ved den enkeltstående hendelse», «avviket», og «det avvikende ved avvikeren» (Mathiesen 2002: 204-212).

Individualiseringen og *intimiseringen* av den offentlige debatt er også temaet for Richard Sennetts bok *The Fall of Public Man* (1993/1976), der han peker på det faktum at grensene mellom det offentlige og det private er blitt mindre. Dette betegnes som *intimitetens tyranni*.

### 3.7 Intimitetens tyranni og politikernes image

Sennett beskriver omformingen av det offentlige liv gjennom hele 1900-tallet som en glidning mot det private. Skillet mellom privat og offentlig er i ferd med å bli borte, og dyrkelsen av berømmelse blir stadig mer påtagelig.

Innenfor det politiske liv mener Sennett at debattantene blir viktigere enn sakene som debatteres, og faktorer som utseende, image og opptreden får avgjørende betydning. Han mener også at mediepublikummet er blitt mer passivt.

And yet, though we have the idea of ease of communication, we are surprised that the «media» result in ever greater passivity on the part of those who are the spectators; we are surprised that under conditions of audience passivity, personality becomes more and more an issue in the air, especially in terms of political life (Sennett 1993: 262).

Sennett mener at folk flest vet hva som er det sentrale ved makt og politikk, men likevel handler man ikke ut fra denne forståelsen.

To the extent that this culture of personality controls belief, we elect candidates who are credible, have integrity and show self-control. These personalities appeal, we say, to a wide variety of interests (ibidem: 339).

Habermas og Sennett har et relativt pessimistisk syn på en moderne verden der det private har forflyttet seg inn i offentligheten, og maktmenneskers personlighet blir viktigere enn den politikken som føres. Anne Krogstad (1999) tar ikke noe normativt

---

<sup>18</sup> Et «paradigme» kan defineres som en «problemløsning som blir akseptert som forbilledlig for løsninger av lignende problemer innen samme vitenskap, og som derved skaper en vitenskapelig tradisjon» (Aschehougs og Gyldendals store norske leksikon 1998, bind 11). Begrepet omfatter imidlertid mer enn bare et tankesett og rettesnor innenfor vitenskapen. «I samfunnet ellers, eller i ulike undergrupper i samfunnet, kan vi også si at vi har ulike paradigmer, som konkurrerer om vår oppmerksomhet og lojalitet» (Mathiesen 2002: 205-206).

standpunkt til temaet, men også hun viser hvordan politikeres *image*<sup>19</sup> spiller en stadig viktigere rolle.

Mediene har en tendens til å konsentrere seg om de mest sentrale personene i politikken, om deres tillit og troverdighet og om deres måter å uttrykke slike egenskaper på. Vi ser altså mer og mer til politiske personligheter. Mangelen på store ideologiske forskjeller mellom politikere vil gjøre den enkeltes personlige image-oppbygging desto mer avgjørende (Krogstad 1999: 15).

Et eksempel på dette er presidentvalgkampen i USA i 1976, da velgerne lenge la større vekt på Jimmy Carters image enn politikken han sto for (Patterson 1980: 134). I Ronald Reagans tilfelle var dette enda tydeligere – store deler av det amerikanske pressekorpsset hyllet ham som «den store kommunikatoren», selv om han var langt mindre populær blant velgerne enn det pressedekningen ga inntrykk av (Schudson 1995).

The final factor in manufacturing the sense of Reagan's general popularity was the belief in Washington, by now an article of faith, that politics today is in the television age and that a man with Reagan's evident personal charm on the television screen has practically irresistible power to shape public opinion (Schudson 1995: 137).

Fokuset på politikernes personlighet og image er også svært utbredt i norske medier. Symptomatisk for dette er Dagbladets artikkel 19. april 2003 – «Kristin og Carl er favorittene» – der avisen gjengir meningsmålingsresultater for nordmenns oppfatning av partiledere. Politikerne er vurdert etter faktorer som «selvhøytidelig», «dyktig», «folkelig», «ærlig», «gammeldags», «moderne», «sjarmerende» og «ikke til å stole på». Politikken partilederne står for er ikke nevnt.

Fokusering på personer kan ofte gå på bekostning av saksforholdene som ligger bak. Et eksempel på dette er fokuset på lederstriden i Arbeiderpartiet den siste uken før kommunevalget i 1999, der VG, Dagbladet og Aftenposten fokuserte på *personen* Thorbjørn Jagland mer enn den interne uenigheten om Arbeiderpartiets politikk (Thorbjørnsrud 2001: 2).

Også under stortingsvalget i 2001 var det mye fokusering på enkelte politikeres personlige egenskaper, ikke minst i forhold til Sosialistisk Venstreparti. Dette kommer jeg tilbake til i kapittel 9.2.



I dette kapitlet har jeg redegjort for begreper som *demokrati*, *dagsordeneffekt*, *priming* og *framing*. Jeg har beskrevet hvordan norske medier har forandret sin politiske dekning i årene etter 2. verdenskrig, og hevder at medienes rolle som en *selvstendig*

---

<sup>19</sup> «Politikers image kan kort defineres som de bilder som formidles gjennom en politikers brede personsegenskaper og politiske argumentasjonsmåter» (Krogstad 1999: 18).



*politisk aktør* har blitt forsterket i de senere år i takt med *profesjonaliseringen av journalistrollen*. Jeg har redegjort for Cooks syn på *mediene som en selvstendig institusjon*, og for Habermas' og Sennetts kritikk av medienes forvaltning av sin demokratiske rolle. Jeg har også omtalt betydningen av *image* i moderne politikk. Formålet med dette kapitlet har vært å sette moderne massemedier inn i en historisk og normativ ramme. Ved å se på både historiske og normative elementer, mener jeg å ha dannet et fruktbart bakteppe for vurderingen av pressedekningen i forkant av stortingsvalget i 2001. Enkelte momenter fra dette kapitlet vil bli berørt i senere deler av oppgaven.

## 4. Metodisk tilnærming

I dette kapitlet redegjør jeg for metodebruken i denne oppgaven. Jeg har først og fremst benyttet kvantitativ innholdsanalyse, men enkelte artikler er også blitt underlagt kvalitativ analyse. I tillegg har jeg intervjuet fem redaktører. Dette kan betraktes både som *datatriangulering* – benyttelse av ulike datakilder – og *metodetriangulering* – bruk av ulike metoder (Yin 1994: 90-94). I tillegg til å omtale disse metodene vil jeg i dette kapitlet redegjøre for oppgavens enheter, vurderingen av hvorvidt det er store forskjeller i temaområdene avisene omtaler, vurderingen av spillomfanget versus substansomfanget, analysene av avisenes politiske innhold, samt en kort drøfting av oppgavens validitet, generaliseringsmuligheter og presisjon.

### 4.1 Enheter

Denne oppgaven er en «*case study*» av *beskrivende* karakter (Yin 1994: 3-11) – jeg forsøker å beskrive og analysere den politiske journalistikken i fire utvalgte aviser i forkant av et stortingsvalg. *Utvalgsenheterne* i min oppgave – de enhetene som skal være med i analysen – er alle utgavene av Aftenpostens morgenutgave, Bergens Tidende, Dagsavisen og VG de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001: fra og med mandag 20. august til og med mandag 10. september 2001. *Kodingsenheterne* – de minste enhetene i materialet som skal kodes – er den språklige fremstillingen av de forskjellige politiske partiene. *Analyseenheterne* – enhetene jeg bruker i analysen – er artiklene i avisene (Østbye et al. 1997: 211).

«Artikkel» er imidlertid ikke et entydig begrep, ettersom større avisoppslag kan inneholde flere artikler (ibidem: 210). Jeg har her valgt å betrakte alle artikler som forskjellige enheter, selv om de inngår i samme oppslag<sup>20</sup>. Dette betyr at jeg har analysert artikler av ulik størrelse; av tidsmessige årsaker har jeg ikke *vektet* artiklene i form av spaltecenimeter eller areal. En svakhet ved denne metoden er at alle artikler gis en likevektig behandling – det kan for eksempel være grunn til å tro at de største artiklene leses av flest og dermed har størst «gjennomslagskraft». Årsaken til at jeg likevel har valgt å se alle artikler som selvstendige enheter, er at artiklene i et oppslag i mange tilfeller forholder seg ulikt til temaet. Ofte vil for eksempel en rekke partiledere uttale seg, og det er da nødvendig å analysere alle underartiklene for å

---

<sup>20</sup> Et *oppslag* er en eller flere avissider som behandler et bestemt tema. Det kan bestå av flere enkeltartikler.

danne seg et bilde av de ulike vinklingene i oppslaget. Jeg mener derfor at jeg gir et mest mulig balansert bilde av avisenes innhold ved å analysere hver enkelt artikkel.

Jeg har analysert alle artiklene som kan defineres som «politisk journalistikk», men denne stoffkategorien er det «vanskelig å definera og nesten umogleg å avgrensa i avisa» (Sørbø 1991: 126). Ofte vil politiske saker stå under vignetten «politikk», men mange politiske saker blir også plassert andre steder i avisen. Selve definisjonen av begrepet «politisk stoff» er også vanskelig å avgrense; ofte vil man tenke på arbeid i politiske institusjoner eller uttalelser fra politikere, men dette dekker bare en liten del. Også den «materielle» siden ved politikk er viktig, saker om for eksempel miljøvern eller landbruk, som ofte får større oppslag i kraft av seg selv enn som artikler innenfor kategorien «politiske nyheter» (ibidem: 126-127).

I denne oppgaven har jeg valgt å benytte en vid definisjon av «politisk journalistikk», og har analysert alle artikler som omtaler politikere og politikk tilknyttet Arbeiderpartiet, Høyre, Kristelig Folkeparti, Venstre, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Fremskrittspartiet.<sup>21</sup> Jeg har derfor ikke bare konsentrert meg om tradisjonelt valgstoff, også stoff som for eksempel «koseintervjuer» med politikere, utenrikspolitiske uttalelser og politiske kommentarer knyttet til små lokalsaker (gjelder spesielt Bergens Tidende) er tatt med. Årsaken er at jeg mener at alt dette stoffet er med på å forme lesernes inntrykk av politikerne og de politiske partiene, og at min analyse av avisenes politiske dekning ville blitt for snever hvis jeg kun konsentrerte meg om artikler knyttet direkte til valgkampen.

I utgangspunktet har jeg kun analysert artikler som er skrevet av avisenes egne medarbeidere, men jeg har også tatt med artikler fra nyhetsbyråer som NTB og ANB dersom de har fått like stor plass som det øvrige redaksjonelle stoffet. Jeg har sett bort fra smånotiser uten byline. Faste gjesteskribenter er blitt behandlet på lik linje med avisenes øvrige medarbeidere dersom deres bidrag inngår som en del av avisenes øvrige redaksjonelle stoff (se kapittel 8). Jeg har ikke analysert leserbrev, kronikker og debattartikler.

Problemstilling III er min hovedproblemstilling, og har følgelig fått mest oppmerksomhet i oppgaven. Jeg har foretatt en kvantitativ analyse av alle artikler – nyhetsstoff, lederartikler og kommentarer – og forsøkt å telle opp hvor mange av

---

<sup>21</sup> Jeg har også analysert artikler om RV og Kystpartiet, men ettersom disse partiene ble relativt lite omtalt, har jeg utelatt omtalen av disse partiene i analysedelen.

artiklene som forholder seg positivt, negativt eller nøytralt til de ulike politiske partiene. Enkelte av artiklene har også fått en mer kvalitativ behandling.

Jeg har benyttet dataprogrammet SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) til koding og behandling av datamaterialet.

## 4.2 Kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse

Min oppgave består av en innholdsanalyse av analyseenhetene. Innholdsanalyse

involves establishing categories and then counting the numbers of instances when those categories are used in a particular item of text, for instance a newspaper report (Silverman 1993: 59).

Innholdsanalyse er en metode som primært benyttes ved *kvantitativ* analyse (Hansen et al. 1998: 91; Silverman 1993: 59; Wimmer og Dominick 1994: 164) – «analyse av et materiale som enten består av enheter, egenskaper eller kategorier som lar seg behandle som tall eller lar seg telle» (Østbye et al. 1997: 137). *Kvalitativ* metode, derimot, er en samlebetegnelse «for en rekke forskningsstrategier og datainnsamlings-teknikker [...] der en arbeider med data som ikke primært er på tallform» (*Statsvitenskapelig leksikon*: 135-136).

Til tross for at innholdsanalyse i de fleste tilfeller betraktes som en kvantitativ metode, er det også flere, blant annet filmteoretikeren Siegfried Kracauer, som har argumentert for en mer kvalitativ variant (Østbye et al. 1997: 206). De to tilnærmingsmåtene er ikke gjensidig utelukkende:

[T]he content analyst should use qualitative and quantitative methods to supplement each other. It is by moving back and forth between these approaches that the investigator is most likely to gain insight into the meaning of his data (Holsti 1969: 11).

Analysen av avisene har først og fremst vært kvantitativ, men for å besvare mine tre problemstillinger har jeg også foretatt *kvalitative* analyser av enkelte artikler jeg mener er velegnet til å illustrere forskjellene mellom avisene. Disse artiklene er med andre ord valgt ut fordi jeg mener de kan tjene som *eksempler* i forhold til resultatene i den kvantitative analysen. Disse analysene vil være en form for *diskursanalyser*, som tar for seg måten artiklene er skrevet på – «uttrykket, virkemidlene som brukes når budskapet skal kommuniseres» (Østbye et al. 1997: 64) – med andre ord *hvordan* disse representasjonene er utformet.<sup>22</sup> Diskursbegrepet kan omfatte mange faktorer.

---

<sup>22</sup> «Begrepet «diskurs» er langt på veg et moteord i medievitenskap og tekstanalyse. Det brukes i ulike betydninger, og kan derfor være vanskelig å få skikkelig tak på » (Østbye et al. 1997: 64). Neuman (2001: 24) slår fast at «begrepet diskurs selv er et eksempel på et sentralt poeng i diskursanalyse,

Iver B. Neuman (2001: 18) skriver at diskursanalyse «dreier seg blant annet om å studere mening, og den studerer mening der den oppstår, nemlig i sproget selv», og i denne oppgaven er det nettopp *språket* jeg analyserer. Norman Fairclough (1995: kapittel 2) nevner en rekke tilnærmingsmåter brukt i tidligere arbeider om diskursanalyse, deriblant lingvistisk og sosiolingvistisk analyse, konversasjonsanalyse, semiotisk analyse, kritisk lingvistikk og sosial semiotikk. Dette viser at diskursanalyse er en metode som er blitt oppfattet og benyttet på forskjellige måter i ulike arbeider. Et fellestrekk er at man benytter en rekke analysedisipliner i forsøket på å danne seg *et videst mulig bilde av tekstens betydning*. Norman Fairclough ser ikke kun på teksten i snever betydning:

Like many linguists, I shall use «discourse» to refer to spoken or written language use, though I also want to extend it to include other types of semiotic activity (i.e. activity which produces meanings), such as visual images (photography, film, video, diagrams) and non-verbal communication (e.g. gestures) (Fairclough 1995: 54).

Til tross for at visuelle virkemidler som layout og bilder har stor betydning for folks oppfatning av avisartikler (Hillesund 1994), har jeg i mine analyser kun konsentrert meg om det *skrevne ord*. Min metode er dermed ikke identisk med Faircloughs metode, men jeg henter mange elementer fra Fairclough som jeg mener er relevante i forhold til problemstilling III. Et slikt element er betydningen av tekstens *sosiokulturelle kontekst* (Fairclough 1995: 50). Mens litteraturforskning og ren retorikkanalyse i mange tilfeller fokuserer kun på *teksten isolert*, og ser bort fra de omkringliggende omstendighetene tekstene er skapt innenfor, mener Fairclough at

this wider contextual matrix must be attended to because it shapes discourse practices in important ways and is itself cumulatively shaped by them. This is particularly clear in the case of the media. [...] The media are shaped by the wider society, but they also play a vital role in the diffusion of such social and cultural changes, and this should be one focus in analysis of media discourse (ibidem: 50-51).

Under en valgkamp er mediene med på å sette premissene for debatten, samtidig som de selv blir påvirket av andre premissleverandører. I en analyse av avisartikler er det derfor nødvendig å lese disse i lys av valgkampen som helhet. Mediebedriftene i seg selv fastsetter også muligheter og begrensninger for de enkelte journalistenes arbeid, og en medietekst skapes i et samspill mellom et stort antall mennesker, deriblant redaktører, vaktsjefer, korrekturlesere, deskmedarbeidere med flere. Jeg har imidlertid ikke hatt mulighet til å undersøke hvilken betydning dette samspillet har hatt for

---

nemlig at forskjellige begreper kan bety helt forskjellige ting innen forskjellige fagdisipliner, tradisjoner og kontekster».

avisartiklenes utforming, bortsett fra enkelte uttalelser jeg har fått fra redaktørene som er blitt intervjuet.

I mine kvalitative analyser har siktemålet vært å fange opp *budskapet* i artiklene. Fremgangsmåten har vært en bredest mulig diskursanalyse, bestående av blant annet semiotikk og retorikkanalyse.

Retorisk praksis er alle former for offentlig verbal kommunikasjon i skrift eller tale. Det typiske ved språkbruken til ein talar eller skriivar kan så omtalast som hans eller hennar retorikk. Med retorisk teori kan ein prøve å gripe essensen i denne mangslungne kommunikasjonen – lytte og lese, og leite etter det uskrivne eller usagde (Grepstad 1988: 28).

Hvorvidt man kun skal ta for seg det *manifeste* innholdet i en tekst, eller om man også skal se på tekstens mer *latente* (underliggende) betydning – som kun kommer frem gjennom fortolkning og analyse – har vært et stridsspørsmål (Holsti 1969: 12-14).

Dagsjournalistikens nyhetstexter argumenterer sällan öppet, budskap och ställningstagen finns i undertexten genom perspektivmarkörerna och val av språk och fakta. [...] Textanalysen blir här ett medel för att synliggöra textens underliggande budskap (Hultén 2000: 77).

Kravet om at forskningen skal etterstrebe *objektivitet* er viktig – selv om den positivistiske troen på at fullstendig objektivitet kan være mulig, deles av svært få i dag. Det er imidlertid et mål at ulike forskere i stor grad vil kunne klassifisere det samme materialet på lik måte, slik at *intersubjektiviteten* blir høy (Yin 1994: 36; Østbye et al. 1997: 217).

Et problem i den forbindelse er at tekster som regel har flere betydningsnivåer. Heradstveit og Bjørgo (1992) skiller i sin bok om politisk kommunikasjon og semiotikk (tegnvitenskap) mellom *denotasjon* og *konnotasjon*. Førstnevnte kan defineres som «grunntydinga eller den leksikalske tydinga til et teikn.» Konnotasjoner er «tillegstydingar eller dei assosiasjonene som oppstår i møtet mellom teiknet og dei kulturelle føresetnadene og verdiane til mottakeren» (1992: 41). Heradstveit og Bjørgo påpeker at konnotasjoner ikke er det samme som vilkårlige assosiasjoner – de hviler på kulturelt etablerte underkoder, og det er dermed mulig for senderen å ha intensjoner om å vekke bestemte konnotasjoner hos publikum (ibidem: 47). Likevel innebærer en fortolkning av konnotasjonene at man må «lese mellom linjene». Dersom konnotasjonene som oppstår ikke deles av alle, medfører dette fare for at intersubjektiviteten blir lav.

Vurderingen av artiklene var ikke like lett i alle tilfeller. Mange av nyhetsartiklene har omtalt meningsmålingsresultater, og i vurderingen av disse – og alle de andre artiklene – har jeg lagt vekt på *vinklingen/framingen*. Det er kun teksten

i artiklene, ikke oversikten over partienes oppslutning, som er vurdert. Dersom for eksempel vinklingen i en artikkel er at parti stupet på siste meningsmåling, har jeg vurdert den som negativ. Dersom et parti nevnes kort, uten at fremgang eller fall på meningsmålingen kommenteres i særlig grad, har jeg vurdert omtalen som nøytral.

De artiklene jeg har vært i tvil om, har jeg analysert to eller flere ganger. I den kvantitative analysen er det først og fremst det *manifeste* innholdet jeg har vurdert, såfremt «tonen» eller den underliggende meningen – det latente innholdet – ikke klart peker i en annen retning. Jeg var for eksempel i tvil om hvordan jeg skulle vurdere en artikkel i Dagsavisen om at Valgerd Svarstad Haugland tror på helbredelse av homofile ved bønn (25. august). Det er grunn til å tro at mange lesere vil mene dette er svært negativt for partiet, men samtidig er det også mulig at enkelte lesere har den motsatte oppfatningen. Ettersom artikkelen er svært nøytralt skrevet, har jeg vurdert den som nøytral.

Den kvalitative analysen, som tar utgangspunkt i diskursanalyse, har i større grad også behandlet tekstenes latente deler. Jeg mener dette er en fremgangsmåte som fungerer bedre her, blant annet fordi mine tanker om artiklene kan beskrives noe mer detaljert enn i den kvantitative analysen.

### 4.3 Mangfoldet i avisdekningen

For å forsøke å besvare problemstilling I – om det var stor variasjon i sakene avisene tok opp – har jeg for hver enkelt dag de siste tre ukene før valget sammenlignet det politiske innholdet i de fire avisene og sett om det var stor forskjell i *temaområdene* som ble behandlet. Jeg har også sett på utviklingen for hver uke for å undersøke om prioriteringen av saker forandret seg etter hvert som valgkampen skred frem. Av tidshensyn har jeg her kun sett på *nyhetsstoffet* – ikke lederartikler og kommentarer. Ofte skiller man mellom rene nyhetsartikler og «reportasjer» (Sørbø 1991: 107-108), men begge disse genrene er blitt behandlet som nyheter i denne oppgaven. Også featureartikler er behandlet innenfor denne kategorien. Denne problemstillingen er behandlet i kapittel 5. Jeg har bare sammenlignet avisinnholdet i de fire avisene i mitt utvalg, uten å vurdere om prioriteringene var like også i andre aviser.

#### 4.4 Spill og substans

For å besvare problemstilling II – om det er de politiske *sakene* eller det politiske *spillet* som får mest omtale – har jeg i kapittel 6 foretatt en opptelling for hver enkelt avis, og forsøkt å tallfeste hvor mange artikler som kan plasseres innenfor de to kategoriene. Jeg har analysert både nyhetsartikler og ledere/kommentarer. Jeg har benyttet Paul Bjerkes definisjoner av «*spill*»-orienterte og «*substans*»-orienterte artikler. (Se kapittel 1.2.2). Ettersom enkelte nyhetsartikler verken kan kategoriseres som spill eller substans, har jeg også måttet operere med en tredje kategori: «*undefinerbar*». Også i kapittel 6 ser jeg på den ukesvise fordelingen av kategoriene, og jeg ser også på hvilke temaområder som utgjorde spill-artiklene.

#### 4.5 Vurderingen av nyhetsartiklene

I kapittel 7 har jeg fordelt nyhetsartiklene på tre kategorier:

**– 1 = negativ; 0 = nøytral; 1 = positiv**

Dette er en metode som kan betegnes som *forekomstsmål* – «å registrere om en viss argumenttype forekommer eller ikke» (Hellevik 1991: 152). Her har jeg altså analysert hvordan argumentene i artiklene forholder seg til de ulike partiene. Nyhetsartiklene er med andre ord ikke blitt vektet ut fra hvor mye omtale partiene og regjeringalternativene har fått i hver enkelt artikkel.

#### 4.6 Behandlingen av partiene på leder- og kommentarplass

I den kvantitative analysen av leder- og kommentarartiklene har jeg benyttet kommentarvarianten av Kent Asps *aktörsbehandlingsindex* (*AB-indeks*), som vekter oppmerksomheten de forskjellige partiene får i hver enkelt artikkel (Asp 1982: 155-161; 256)<sup>23</sup>. Målemetoden kan fremstilles slik:

---

<sup>23</sup> Jeg vekter altså omfanget av partiomtalen *innenfor* de enkelte artiklene, men sammenligner og vekter ikke – som nevnt i kapittel 4.1 – størrelsen på enkeltartikler mot andre enkeltartikler.



$$\frac{(P - N) \cdot 100}{S} \cdot PA$$

Antallet negative (N) meningsutsagn trekkes fra antallet positive (P), og tallet multipliseres med 100. Det divideres deretter med summen (S) av alle utsagnene (positive, negative og nøytrale). Dette multipliseres til slutt med prosentandelen (PA) omtalen av hvert parti utgjør av hele artikkelen, målt i spaltecenimeter. Verdiene vil ligge mellom -100 (fullstendig negativt) til +100 (fullstendig positivt). 0 er nøytralt.

Dersom en artikkel for eksempel inneholder 3 positive, 6 negative og 4 nøytrale utsagn om et parti, og partiet får 40 prosent av oppmerksomheten i artikkelen, ser regnestykket slik ut:

$$\frac{(3-6) \cdot 100}{(3 + 6 + 4)} \cdot 0,40 = -9,23$$

Årsaken til at jeg kun vekter partiomtalen i leder- og kommentarartiklene er delvis av tidshensyn, men også fordi lederne og kommentarene i større grad enn nyhetsartiklene gir rom for avisenes egne politiske syn. Det er her avisene – ifølge journalistiske profesjonsnormer – skal kunne gi uttrykk for avisenes og kommentatorenes meninger. Jeg mener derfor at det er grunn til å gå enda dypere inn i lederne og kommentarene enn nyhetsartiklene.

I kapittel 8 presenterer jeg *AB-gjennomsnittene* for partiene. Jeg mener at gjennomsnittresultatene gir det beste bilde av avisenes omtale, selv om dette ikke fanger opp vurderingene i hver enkelt artikkel. Et parti kan ha fått både svært negativ og svært positiv omtale i samme avis, selv om det samlede resultatet blir tilnærmet likt null (nøytralt).

#### 4.7 Vurderingen av fjernsynsdebatter

Alle avisene i mitt utvalg vurderte politikernes innsats i forskjellige fjernsynsdebatter, og disse vurderingene utgjør en form for kommentarartikler. Jeg har derfor valgt å analysere disse separat, selv om de får mindre oppmerksomhet enn de «vanlige» leder- og kommentarartiklene. Bergens Tidende brukte tallkarakterer fra 1 til 6, og ga separate karakterer for både «stil» og «innhold» til de forskjellige partiene. VG benyttet terningkast (altså fra 1 til 6), uten å trekke skillelinjer mellom stil og innhold. Dagsavisen og Aftenposten vurderte politikerne skriftlig, uten å benytte karakterer.

Jeg har valgt å plassere fjernsynsvurderingene innenfor tre vurderingskategorier – *positiv*, *negativ* og *middels*. Jeg har benyttet gjennomsnittet av Bergens Tidendes karakterer for både stil og innhold, samt terningkastene i VG. Skalaen jeg opererer med er inndelt slik: *Karakterene 6 og 5 = positiv; 4 og 3 = middels; 2 og 1 = negativ*. Ettersom verken Dagsavisen eller Aftenposten har benyttet tallkarakterer, har jeg måttet basere meg på vurderingene i teksten for å plassere omtalene innenfor de tre kategoriene. Vurderingene i disse avisene blir følgelig ikke like presist overført til kategoriene som tallkategoriene – inndelingen blir i større grad basert på skjønn. Jeg tror likevel at jeg langt på vei har klart å fange opp essensen i disse artiklene, og maktet å plassere dem riktig i de tre relativt brede kategoriene. Resultatene er omtalt i kapittel 8.

#### 4.8 Intervjuer

En annen kvalitativ metode jeg har benyttet meg av i denne oppgaven, er *samtaleintervjuer* med fem redaktører: 1) Harald Stanghelle, politisk redaktør i Aftenposten; 2) Arne Strand, politisk redaktør i Dagsavisen; 3) Olav Versto, politisk redaktør i VG; 4) Olav Kobbeltveit, tidligere politisk redaktør – nå frittstående redaktør – i Bergens Tidende; 5) Thor Gjermund Eriksen, tidligere leder av Aftenpostens politiske avdeling, nå sjefredaktør i Dagbladet. Disse fem redaktørene var ansvarlige for valgdekningen i sine aviser i forkant av stortingsvalget i 2001. I Aftenposten var ansvaret delt – Harald Stanghelle var ansvarlig for leder- og kommentarartiklene og Thor Gjermund Eriksen var ansvarlig for den politiske dekningen på nyhetsplass.

Intervjuene fant sted i perioden 31. mars – 30. april 2003, etter at jeg var ferdig med innholdsanalysen. «Formålet med samtaleintervjuet er å hente inn

informasjon, snarere enn måling av teoretiske variabler» (Ringdal 2001: 134). Mitt formål har vært å få et innblikk i avisenes nyere historie, konfrontere redaktørene med enkelte funn i analysen og innhente informasjon om enkelte avveininger som ble foretatt under valgkampen i 2001. Intervjuet med Olav Kobbeltveit ble foretatt over telefon; de andre intervjuene fant sted på redaktørenes kontorer. Alle intervjuene ble tatt opp på lydkassett, og jeg sendte redaktørene intervjutranskripsjonene for godkjenning før jeg benyttet sitater og informasjon i oppgaven. Sitatene og informasjonen er benyttet i ulike deler av oppgaven.

Intervjuene kan betegnes som *halvstrukturerte* (Lantz 1993: 21) – jeg har stilt informantene et knippe spørsmål som har vært felles for alle (se intervjuguide i vedlegg 7), for deretter å stille separate spørsmål til de enkelte informantene basert på analyseresultatene. Ingen av spørsmålene hadde fastlagte svaralternativer, informantene valgte selv hvordan de ville svare. Jeg har også latt informantene slippe til med egne betraktninger.

Når man foretar intervjuer, må man alltid være oppmerksom på mulige *intervjuereffekter* – at intervjuer og informant påvirker hverandre (Lantz 1993: 100). Det er ikke umulig at mine spørsmålsformuleringer og mitt kroppsspråk kan ha hatt en innvirkning på informantenes var, selv om jeg har forsøkt – så langt som mulig – å unngå dette, blant annet ved å forsøke å ikke stille ledende spørsmål. Jeg har også forsøkt å unngå påvirkning motsatt vei; fra redaktørene i forhold til meg.

Et annet viktig spørsmål er i hvilken grad jeg kan stole på svarene som ble gitt. Intervjuene fant sted nesten to år etter stortingsvalget i 2001, og da er det grunn til å forvente at hukommelsen kan være noe sviktende i forhold til hvilke avveininger og vurderinger som ble foretatt den gangen (Ringdal 2001: 129). Av den grunn har jeg først og fremst stilt relativt generelle spørsmål om avisenes politiske journalistikk, men også stilt enkelte konkrete spørsmål om valgkampen i 2001. Dersom informantene har gitt uttrykk for at de husker episodene som omtales, ser jeg liten grunn til å betvile det. Imidlertid er *tidsforskyvning* et velkjent fenomen (ibidem); hukommelsen kan være selektiv, og nyere inntrykk kan være med på å fortolke hendelser som ligger langt tilbake i tid. Hvorvidt dette har spilt inn eller ikke er det vanskelig å avgjøre. Jeg hadde aldri inntrykk av at noen av informantene bevisst forsøkte å fordreie sannheten.

#### 4.9 Validitet, reliabilitet, generalisering og presisjon

«*Validitet* handler om forskningsmessige fallgruver, eller snarere om det å unngå fallgruver. Validitet betyr rett og slett gyldighet» (Skog 1998: 85). *Intern validitet* dreier seg om den kausale fortolkningen av data; hvorvidt man benytter seg av forklaringer som kan eller ikke kan utledes av det som er undersøkt (ibidem: 86). Den *eksterne validiteten* omhandler problemer med å generalisere erfaringer fra én situasjon til en annen (ibidem). *Begrepsvaliditet* dreier seg om hvorvidt man klarer å måle det man ønsker å måle med en tilfredsstillende grad av presisjon (ibidem: 87). *Konklusjonsvaliditeten* er et begrep som omhandler kvaliteten på konklusjonen – om man klarer å fange opp det man ønsker å undersøke (ibidem).

De forskjellige formene for validitet dreier seg med andre ord om man har gitt svar på undersøkelsens problemstillinger. Fallgruvne er mange, og ofte vil *spuriøse sammenhenger* – sammenhenger som bare *tilsynelatende* avspeiler et kausalforhold – skape problemer, spesielt i forhold til den interne validiteten (Yin 1994: 35). En fordel med min undersøkelse er at både analyseobjekter og problemstillinger er lett håndgripelige størrelser, hvilket gjør det lite sannsynlig at spuriøse sammenhenger vil utgjøre noe problem. Det er imidlertid ikke dermed sagt at min oppgave ikke kan ha validitetsproblemer. For å besvare problemstilling I – om det var stor variasjon i temaområdene avisene omtalte – har jeg inndelt artiklene i temaområder, noe som skjuler enkeltartiklenes egenart. Det er også mange måter å tematisere artiklene på, og det er ikke gitt at jeg har valgt den beste inndelingen – hvilket kan påvirke begrepsvaliditeten. Jeg vil likevel hevde at validiteten i forhold til denne problemstillingen er tilfredsstillende – til tross for at det kan være store forskjeller på artiklene innenfor samme temakategori, mener jeg at denne inndelingen gir et relativt godt bilde av variasjonen mellom avisene.

Begrepsvaliditeten kan også være et problem i forhold til problemstilling II – om det var mest fokus på spillet eller substansen. Fordelingen av artiklene på disse to kategoriene kan foretas ut fra noe ulike kriterier. Jeg tror likevel at min inndeling fungerer tilfredsstillende i forhold til problemstillingen.

Også i forhold til problemstilling III – i hvilken grad avisenes tidligere partitilknytning fortsatt var synlig i valgkampdekningen – kan begrepsvaliditeten bli et problem, dersom vurderingen av artiklene ikke er tilfredsstillende. Dette henger sammen med oppgavens *reliabilitet*, som «betyr pålitelighet og *gjelder kvaliteten i*

*innsamlingen, bearbeidingen og analysen av data»* (Østbye et al. 1997:37; kursiv i original).

Perhaps the main problem with evaluative categories is that they generally require a considerable degree of interpretation by the coder – they can rarely be deduced on the basis of single words or sentences, but require the coder to consider the «overall tone» of a newspaper article or broadcast item (Hansen et al. 1998: 115).

For å løse dette problemet er det nødvendig å formulere så konsise definisjoner av kategoriene som mulig, og det har jeg forsøkt å gjøre. Likevel vil vurderingen av artiklene nødvendigvis også i noen grad måtte baseres på skjønn. Formålet med en reliabilitetstest

is to be sure that, if a later investigator followed exactly the same procedures as described by an earlier investigator and conducted the same case study all over again, the later investigator should arrive at the same findings and conclusions (Yin 1994: 36).

I undersøkelser som i noen grad nødvendigvis må baseres på skjønn, kan dette bli problematisk. «Defining an *acceptable level of reliability* is one of the many problems in content analysis for which there is no single solution», skriver Holsti (1969: 142; kursiv i original). Jeg mener at jeg så langt som mulig har tatt hensyn til reliabilitetskravene.

Når det er flere kodere som analyserer et materiale er det vanlig å teste *intersubjektiviteten* – samsvaret mellom koderne (Østbye et al. 1997: 217-218). I denne oppgaven er det imidlertid kun jeg som – av praktiske og økonomiske årsaker – har kodet og analysert artiklene. Jeg har imidlertid gjort mitt ytterste for at denne inndelingen skal være mest mulig presis – et stort antall artikler er blitt analysert flere ganger for at konsistensen innenfor mine egne analyser skal bli best mulig. På bakgrunn av dette vil jeg hevde at begrepsvaliditeten er relativt god.

Et annet sentralt begrep er *generalisering* – *den eksterne validiteten*. Innen den opprinnelige hermeneutiske tradisjonen var spørsmålet om man kunne generalisere fra deler av en tekst til helheten. Andre forskningstradisjoner vektlegger at man ut fra sine undersøkelsesresultater kan trekke konklusjoner som omfatter flere fenomener eller individer enn akkurat de som undersøkes (Østbye et al. 1997). For å kunne generalisere resultater fra utvalgsenheter til en større *populasjon* (univers) av enheter – som er alle vi ønsker å si noe om – forutsettes det at man har et *tilfeldig utvalg* av enheter. Dette er «*et utvalg der alle medlemmene i populasjonen har en kjent sannsynlighet (større enn 0) for å komme med i utvalget*» (ibidem: 232; kursiv i

original). Når utvalget ikke oppfyller dette kravet er det heller ikke mulig å generalisere resultatene med en *spesifisert grad av sikkerhet* (Hellevik 1991: 323).

I min oppgave er det først og fremst alle utgavene av Aftenpostens morgenutgave, Bergens Tidende, Dagsavisen og VG de siste tre ukene før stortingsvalget 2001 jeg ønsker å uttale meg om. Utvalgsenhetene er dermed identiske med populasjonen. Dersom jeg ønsker å trekke slutninger om en større populasjon – for eksempel alle norske aviser – kan ikke dette begrunnes statistisk. Enhetene er valgt ut etter en utvalgsmetode som Hellevik kaller «skjønnsmessig utvelging» (1991: 88), og denne metoden innebærer at forskeren selv velger ut enhetene istedenfor å benytte tilfeldig utvalg. Hellevik skriver imidlertid at

når en forsker trekker slutninger fra resultatene av en undersøkelse av noen enheter til en større gruppe av enheter, vil han svært ofte måtte begrunne denne slutningen ved hjelp av resonnementer av ikke-statistisk art. Forskeren vil i et slikt tilfelle diskutere om det er grunn til å tro at enhetene som er undersøkt, skiller seg fra de øvrige enhetene i universet når det gjelder egenskapene han ønsker å trekke slutninger om (ibidem: 324).

Yin (1994: 30-32; 36) kaller dette *analytisk generalisering*, som en kontrast til *statistisk generalisering*. Det kan derfor være grunn til å *antyd*e at analysen av de fire avisene også kan si noe om andre aviser i Norge foran et stortingsvalg, selv om disse antydningene ikke kan begrunnes med en spesifisert grad av sikkerhet.

*Presisjon* er viktig i forhold til alle faktorer i en undersøkelse – teorier, hypoteser, data og analyser (Østbye et al. 1997: 39), og dette har jeg så langt som mulig forsøkt å etterleve.

Jeg vil hevde at den interne validiteten, begrepsvaliditeten og konklusjonsvaliditeten i min oppgave er tilfredsstillende. Den eksterne validiteten kan ikke begrunnes statistisk, men det kan være grunn til å anta at de fire avisene i mitt utvalg har mye til felles med andre norske aviser, og at mine resultater også kan få en mer generell relevans.

#### **4.10 Eierskap og lesere**

I forbindelse med problemstilling III – i hvilken grad avisenes tidligere partitilknytning var synlig i dekningen av valgkampen – kunne det vært interessant å se på hvilke føringer avisenes *eiere* og *lesere* legger for det politiske innholdet. En avis' redaksjonelle grunnsyn blir fastlagt av eierne ved fastsettelse av formålsbestemmelser og ansettelse av redaktør. I tillegg kontrollerer eierne investeringer og budsjetter. Ifølge redaktørplakaten skal imidlertid ikke eierne gripe

inn i den daglige driften av avisen – redaksjonell inngripen fra eierne vil først og fremst skje gjennom ansettelse eller avskjedigelse av redaktøren (Allern 2001 b: 214).

Det er også grunn til å tro at lesernes forventninger kan ha innflytelse på avisenes redaksjonelle linje, ut fra tanken om at en avis utvikler seg redaksjonelt i samspill med sine lesere. Det kan også ha betydning om en avis har monopol eller er i en konkurransesituasjon på utgiverstedet; mange har hevdet at monopolaviser blir mer avpolitisererte enn konkurranseutsatte aviser, ettersom monopolavisene vil prøve å tilfredsstille *alle* leserne, ikke bare den andelen lesere som er enig i avisens profil (Bjerke 2001: 18).

I denne oppgaven har jeg imidlertid valgt å kun fokusere på *innholdet* i avisene, uten å ta stilling til de bakenforliggende årsakene til innholdets utforming.



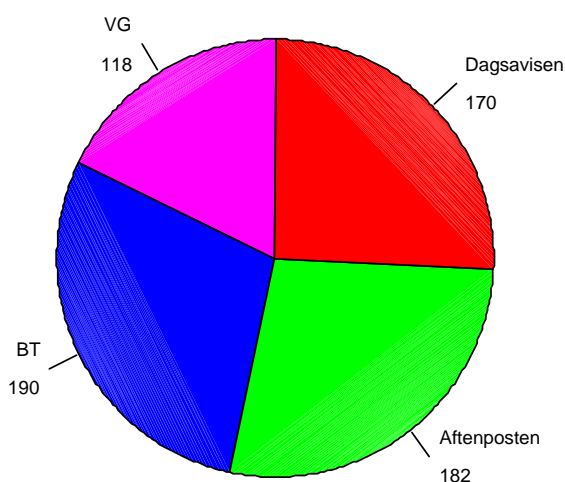
I dette kapitlet har jeg redegjort for oppgavens enheter, metoden for kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse av avisenes politiske innhold, hvordan jeg har vurdert mangfoldet i avisdekningen og mengden spill versus substans. Jeg har omtalt min intervjumetode, og kort diskutert oppgavens validitet, reliabilitet, generaliseringsmuligheter og presisjon. Avslutningsvis har jeg forklart at det kun er *innholdet* i avisartiklene jeg har tatt stilling til, uten å vurdere hvordan avisenes eiere og lesere kan ha vært med på å påvirke dette innholdet.

## 5. Forskjeller i avisenes dekning av ulike saksområder

I dette kapitlet skal jeg forsøke å besvare problemstilling I – om det var stor variasjon i sakene avisene tok opp under valgkampen. Jeg gjør dette ved å sammenligne prioriteringen av 16 temaer avisene omtalte på nyhetsplass. Jeg har forsøkt å lage en så naturlig temainndeling som mulig. Ettersom mange av enkeltsaker ikke fanges opp av de 16 kategoriene, blir kategorien «annet» den største. Dette går ut over mangfoldet i min fremstilling av hva avisene skrev om – de aller minste temaene er ikke behandlet – men det gir desto større gevinst i form av sammenligningsmuligheter og oversiktighet.

### 5.1 Antallet artikler

Figur 1: Antallet artikler



Figur 1 viser at Bergens Tidende (BT) hadde flest politiske nyhetsartikler, etterfulgt av Aftenposten og Dagsavisen. VG hadde langt færre artikler enn de andre avisene.

### 5.2 Temavariasjonen på nyhetsplass

Jeg har inndelt alle artiklene i 16 kategorier (samt kategorien «annet»): «Meningsmålinger», «regjeringsspekulasjoner», «sykelønn», «helse», «barn og unge», «skole/utdanning», «valgkampreportasje», «kritikk av politiske motstandere», «kriminalitet», «økonomi», «utenriks», «bistand», «miljøvern», «kronprinsbryllupet», «forsvar» og «kultur». Ingen artikler er plassert i mer enn én kategori.

Kategorien «annet» innbefatter artiklene som faller utenom de andre kategoriene. Innholdet i denne kategorien er, naturlig nok, svært mangefasettert. To



eksempler er Dagsavisen artikkel om «haier» som har stjålet partienes domenenavn på Internett (20. august), og Bergens Tidendes artikkel om hva «listetoppene» i Hordaland mener om monarkiet (23. august). Ettersom det verken er hensiktsmessig eller mulig å forsøke å inndelegge disse artiklene i bestemte temakategorier, blir «annet»-kategorien relativt stor. Denne kategorien er størst for Bergens Tidende og VG, noe som viser at disse to avisene hadde en større temaspredning enn Aftenposten og Dagsavisen når det gjelder politisk journalistikk i min utvalgsperiode.

Skillet mellom «meningsmålinger» og «regjeringsspekulasjoner» er trukket på bakgrunn av vinklingen i artikkelen – dersom artikkelen først og fremst omhandler regjeringsspekulasjoner, er den plassert i denne kategorien, selv om spekulasjonen er basert på meningsmålingsresultater. Dersom artikkelen først og fremst fokuserer på meningsmålingsresultatene, er den plassert i denne kategorien. «Sykelønn»-kategorien inneholder artikler om sykelønnsspørsmålet generelt, og om «avsløringen» av Arbeiderpartiets sonderinger rundt sykelønnssaken (les mer om dette i kapittel 9). Kategorien «helse» omfatter også artikler om eldre og deres situasjon. Kategorien «valgkampreportasje» inneholder artikler om «valgkamparbeid», hvilket vil si artikler som omtaler valgkampturneer, omtaler av taler og partifremstøt, samt omtaler av debatter der vinklingen baseres mer på selve opptreden enn sakene som diskuteres. Kategorien «kritikk av politiske motstandere» omfatter artikler der fokuset er rettet mer mot det faktum at det *reises kritikk* mot andre politikere enn mot sakene som ligger til grunn for kritikken. Et eksempel på dette er en serie artikler i Dagsavisen (den første sto på trykk 7. september) der forskjellige politikere uttaler seg om kritikken fra en Høyre-topp – at KrFs statsministerkandidat Kjell Magne Bondevik «begynner å minne mer og mer om en ål». «Kriminalitet»-kategorien inneholder artikler om både kriminalitet spesielt og om justispolitikk generelt. Kategorien «økonomi» omfatter først og fremst artikler om skatter og avgifter, men også næringslivsstoff. De aller fleste utenriks-sakene omhandler Tampa-saken<sup>24</sup>, og de fleste miljøvernssakene omhandlet den tidligere sentrumsregjeringens forhold til «forurensende gasskraftverk», som Stortinget hadde vedtatt å bygge. Kategorien «kronprins-bryllupet» inneholder artikler der politikere uttaler seg eller nevnes i forbindelse med bryllupet mellom kronprins Haakon og Mette-Marit 25. august 2001.

---

<sup>24</sup> Det norske lasteskipet «Tampa», som var på vei fra Australia til Indonesia, berget i slutten av august 2001 460 båtflyktninger. Australske myndigheter nektet å ta imot flyktningene, og dette førte til omfattende og vanskelige forhandlinger mellom norske og australske myndigheter.

«Bistand» dreier seg om støtte til utviklingsland, og var hyppig omtalt fordi Høyre ville kutte i u-hjelpen. De andre kategoriene tror jeg er selvforklarende.

Tema	Dagsavisen	Aftenposten	Bergens Tidende	VG	Samlet Prosentandel	N
Valgkampreportasje	7	12	9	9	9	62
Meningsmålinger	5	6	7	11	7	46
Regjerings-spekulasjoner	9	7	2	8	6	40
Kritikk av politiske motstandere	12	1	3	3	5	31
Økonomi	7	10	12	14	11	72
Skole/utdanning	7	8	13	7	9	57
Helse	7	8	5	1	6	38
Sykelønn	4	2	3	12	4	29
Kultur	1	6	6	1	4	27
Miljøvern	5	4	5	–	4	25
Barn og unge	5	3	–	1	3	17
Utenriks	4	5	3	3	4	24
Bistand	5	1	2	–	2	13
Kronprinsbryllupet	1	2	1	3	2	10
Kriminalitet	1	3	1	–	1	7
Forsvar	1	2	–	–	1	4
Annet	20	20	29	27	24	158
Samlet prosentandel	101	100	101	100	102	
N	170	182	190	118		660

Tabell 1: Prosentvis fordeling av saker på ulike temaområder i de fire avisene.

Tabell 1 viser at VG hadde den største andelen meningsmålingsartikler, og at Dagsavisen hadde den høyeste andelen artikler med regjeringsspekulasjoner.

Forskjellene her er imidlertid relativt små. Bergens Tidende utmerker seg ved å bare ha 2 prosent artikler med regjeringsspekulasjoner. En grunn til dette kan være at Bergens Tidende – som regionsavis – har lagt større vekt på lokale politikeres plassering på meningsmålingene enn regjeringsspørsmålet. En betydelig andel av meningsmålingsartiklene i avisen vektlegger nettopp politikere fra Bergen og Hordaland.

VG peker seg ut ved å ha den desidert høyeste andelen artikler om sykelønnssaken – hvilket jeg omtaler nærmere i kapittel 9 – og færrest artikler om helse. Aftenposten hadde færrest artikler om sykelønnssaken og flest helsesaker. VG hadde den høyeste andelen økonomiartikler, men dette var et tema som ble hyppig omtalt i alle avisene. Totalt er dette den største enkeltkategorien, den utgjør 11 prosent av alle artiklene. De aller fleste artiklene innenfor denne kategorien omhandler skatter og avgifter, som var en svært viktig valgkampsak for Høyre. Det er derfor ikke overraskende at dette er et temaområde som er blitt minst omtalt i Dagsavisen, som i større grad vektlegger venstresidens kjernesaker (Strand 2003 [intervju]).

Mer overraskende er det at Dagsavisen har den suverent høyeste andelen artikler innenfor kategorien «kritikk av politiske motstandere». Dette er et temaområde som ofte vil være mer underholdende enn opplysende, og dermed lett å forbinde med populærpressen.<sup>25</sup> Imidlertid dreide bare tre prosent av artiklene i VG seg om dette.

Dagsavisen og VG utmerker seg ved å ha den laveste andelen kultursaker. Både Aftenposten og Bergens Tidende hadde en relativt høy andel artikler om kulturpolitiske spørsmål.

«Annet»-kategorien er – ikke overraskende – høyest for Bergens Tidende og VG. Dette henger antagelig sammen med VGs rolle som populæravis, hvilket skiller denne avisens stoffsammensetning og framing noe fra de andre avisene. Bergens Tidende er, i motsetning til de andre, en regionsavis lokalisert på Vestlandet. Avisen er skrevet for lesere i Bergens- og Hordalandsområdet, og vil følgelig ha en mer *lokalbasert* stoffsammensetning enn de mer Oslo-baserte avisene Dagsavisen og Aftenpostens morgennummer – som i større grad enn lokal- og regionalaviser dekker

---

<sup>25</sup> Kritikk som forsøker å rette søkelyset mot store feil eller mangler ved andre partiers politikk er utvilsomt opplysende for velgerne. I andre typer kritikk, som for eksempel Dagsavisens artikler om at Bondevik «begynner å minne mer og mer om en ål», vil jeg hevde at informasjonsverdien er begrenset.

nasjonale spørsmål – og den riksdekkende avisen VG. De siste tre ukene før stortingsvalget i 2001 fokuserte Bergens Tidende mye på lokale og regionale politikere og politiske spørsmål. Et eksempel på en sak som fikk mye omtale i denne perioden, var «Morgensol-saken»: Det var blitt rettet anklager om psykiske og seksuelle overgrep mot barn ved Morgensol barnehjem i Bergen, og enkelte politikere – først og fremst RVs Torstein Dahle – krevde full granskning av alle barnehjem i Bergen kommune.

Bergens Tidende dekker imidlertid også mye rikspolitikk. På spørsmål om hvor viktig det var for avisen å også være sterke på rikspolitiske saker, svarte tidligere politisk redaktør Olav Kobbeltveit følgende:

Det er viktig for oss fordi vi er en avis som har 250-260 000 lesere, og for veldig mange av disse er vi den eneste avisen som bringer rikspolitisk stoff. Vi har jo et Oslo-kontor med 6-7 medarbeidere. Skal vi kunne være et komplett produkt for våre mange lesere, må vi også være gode på den rikspolitiske dekningen (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Fokuset på rikspolitikk gjenspeiles også i innholdet i Bergens Tidende de siste tre ukene før valget. Avisen skiller seg mindre ut fra de andre når det gjelder *temavariasjon* enn det man kanskje ville ha forventet av en regionsavis – selv om «annet»- kategorien, som nevnt, er stor. Forskjellen ligger først og fremst i at avisen ofte benytter lokale eksempler i sin dekning av ulike saker. En stor del av avisens artikler om for eksempel skole og utdanning – et tema Bergens Tidende skrev mer om enn de andre avisene – hadde sitt utspring i lokale forhold.

Tabell 1 viser at skole/utdanning og valgkampreportasje er de største kategoriene totalt sett etter økonomi – begge temaene er behandlet i 9 prosent av artiklene. Meningsmålingsresultater er temaet i 7 prosent av artiklene totalt sett, og kommer dermed på fjerde plass når det gjelder den totale omtalen.

### 5.3 Temavariasjonen for hver uke

Jeg skal nå se på fordelingen av artiklene på de 16 temakategoriene uke for uke. Uke I er perioden mandag 20. august – søndag 26. august; uke II går fra mandag 27. august – søndag 2. september; uke III fra mandag 3. september – mandag 10. september. Ettersom jeg har inkludert to mandager i uke III for også å fange opp avisinnholdet på valgdagen, vil den inneholde én dag mer enn de to foregående ukene. Dette innebærer ikke noe sammenligningsproblem, ettersom det er den *prosentvise* fordelingen jeg ser på, ikke den tallmessige fordelingen.

Antallet politiske artikler i de fire avisene de siste tre ukene før valget var 184 (uke I), 220 (uke II) og 256 (uke III). Dersom man trekker fra antallet artikler den siste mandagen – i alt 22 – slik at de tre utvalgsperiodene blir like lange, blir antallet 234. Dette viser at valgkampen fikk stadig større oppmerksomhet i avisene etter hvert som valgdagen nærmet seg. Tabellen i **vedlegg 1** gir en oversikt over temaområdene som fikk en større prosentandel omtale i den siste uken sammenlignet med den første.

I tabellen ser vi at meningsmålinger og regjeringsspekulasjoner utgjør en større andel av den samlede dekningen i de fire avisene i uke III sammenlignet med uke I. Dagsavisen, Aftenposten og VG har en større andel meningsmålinger i uke III sammenlignet med uke II, i Bergens Tidende går andelen ned med bare ett prosentpoeng den siste uken. Bergens Tidende har like mange meningsmålinger i uke III som uke I, i de andre avisene er det flest meningsmålinger den siste uken. Bergens Tidende skiller seg også ut fra de andre avisene ved å ha *færre* regjeringsspekulasjoner i uke III enn i de to første ukene – i de andre avisene er økningen av slike spekulasjoner betydelig. Bergens Tidende er den eneste avisen som har en nedgang i antallet valgkampreportasjer den siste uken; denne temakategorien øker i de andre avisene. Bergens Tidende er med andre ord en avis som peker seg ut blant de fire ved å legge minst vekt på meningsmålinger, regjeringsspekulasjoner og valgkampreportasjer den siste uken før valgdagen. Det er bare i Bergens Tidende og Dagsavisen at kategorien kritikk av politiske motstandere øker fra uke II til III, dette er en temakategori som reduseres i Aftenposten og VG. Temaområdene jeg nå har omtalt ligger innenfor spill-kategorien, og det er naturlig at spill-andelen øker når «hesteveddeløpet» nærmer seg slutten (se kapittel 3), og journalistene er interessert i å kåre vinnere og tapere. Jeg ser nærmere på forholdet mellom spill- og substansandelen i kapittel 6.

I alle avisene bortsett fra VG øker omtalen av kultursaker den siste uken før valget sammenlignet med den første uken. Bergens Tidende har den største andelen i uke III, 15 prosent. Denne uken omtaler Dagsavisen miljøraker, noe avisen ikke har gjort de foregående ukene. Aftenposten omtaler miljøraker like ofte som i uke I, mens Bergens Tidende har flest miljøraker den første uken og færrest i uke III. VG unngår temaet miljøvern alle ukene.

Tabellen i **vedlegg 2** gir en oversikt over sakene som blir mindre omtalt den siste uken sammenlignet med den første. Sykelønnssaken er mest omtalt i uke II. «Skandalen» rundt Arbeiderpartiets befatning med saken blir først kjent gjennom

Dagens Næringsliv 24. august og fulgt opp av VG dagen etter (se kapittel 9). VG gjør seg ferdig med saken i uke II, men den blir fulgt opp av Dagsavisen og Bergens Tidende også i uke III.

Kategorien barn og unge omtales mest i uke II, bare Aftenposten følger opp den siste uken. Skole og utdanning er mest omtalt i uke II. Bergens Tidende er den avisen som vektlegger dette temaet mest de to første ukene, i uke III er det Aftenposten som vektlegger dette mest. Kriminalitet er en liten kategori gjennom i alle de tre ukene. Kategorien får mest omtale i uke I, selv om dette bare dreier seg om fire enkeltartikler. Aftenposten har, som eneste avis, én enkelt artikkel om temaet også i uke III.

Tabell 1 viser at økonomi var den desidert største enkeltkategorien (bortsett fra samlekategorien «annet») med en andel på 11 prosent av alle temaene som ble omtalt i de fire avisene gjennom alle tre ukene. Tabellen viser også at det var VG som omtalte saken hyppigst. Vedlegg 2 viser at økonomi ble hyppigst omtalt den første uken av min analyseperiode. VG var avisen som vektla denne saken mest den første uken, i uke II var det Aftenposten, og i uke III var Bergens Tidende den avisen som skrev mest om temaet. Dette viser at selv om den samlede dekningen av et tema kan fremstå som noenlunde likt, er det store ukevisse variasjoner – avisene omtaler ikke nødvendigvis det samme temaet samtidig.

Utenrikssakene ble hyppigst omtalt i uke II (se vedlegg 2). Ettersom det stort sett var Tampa-saken som ble omtalt, og denne saken var mest betent i uke II, er dette naturlig. Temaet bistand var det størst i uke II. Politikernes uttalelser i forbindelse med kronprinsbryllupet ble naturlig nok kun omtalt i uken bryllupet fant sted, uke I. Forsvarsspørsmål ble mest omtalt i uke III i Aftenposten, men det dreier seg bare om tre enkeltsaker. Forsvarsspørsmål var et marginalt tema under valgkampen.

Sammenlagt var kategorien «annet» størst i Bergens Tidende (tabell 1), men tabellen i **vedlegg 3** viser at denne kategorien var størst i VG den siste uken før bryllupet. Samlet sett var også denne kategorien størst i uke III.

#### 5.4 Skrev avisene om det samme?

I dette kapitlet forsøker jeg å besvare problemstilling I – om det var stor variasjon i temaområdene avisene omtalte på nyhetsplass. En analyse av temaene i avisartikler vil ikke kunne fange opp variasjonen i innholdet i de *enkelte* artiklene, eller måten de

er frammet på. Temasammenligningen kan imidlertid vise om avisene har tenkt likt med hensyn til hvilke temaer de har funnet det mest relevant å skrive om. Tabell 1 viser at det samlet sett er mye likt i temaområdene som er berørt i de fire avisene, selv om det er store forskjeller innenfor enkelte temaområder: VG har vært en mer aktiv bruker av meningsmålingsresultater enn de andre avisene, og Bergens Tidende har betydelig færre regjeringsspekulasjoner. VG la mest vekt på sykelønssaken og svært lite vekt på andre helserelaterte temaer. Skole og utdanning var et viktig tema i alle avisene, men Bergens Tidende skrev mest om dette. Dagsavisen omtalte langt mer kritikk av politiske motstandere enn noen av de andre avisene. Dagsavisen var minst opptatt av økonomi, og mest opptatt av bistand. VG utmerker seg ved å ikke skrive om miljøvern. Aftenposten og Bergens Tidende var mest opptatt av kultur. Kategorien «annet», som utgjør 24 prosent av alle artiklene, inneholder også enkeltartikler som er ulike, men innenfor rammene av denne oppgaven er det ikke plass til å gå nærmere inn på dette.

Det er imidlertid en del forskjeller innenfor avisenes *ukesvise* temafordeling, og dette viser at selv om avisene har mange likheter når det gjelder den samlede temafordelingen, blir mange temaer berørt til ulik tid.

Jeg mener at artiklene i mitt utvalg *ikke* gir grunn til å hevde at Aftenposten, Dagsavisen, Bergens Tidende og VG «jaktet i flokk» de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001 når det gjelder temavariasjonen, selv om en næranalyse av enkeltartiklene vil vise at mange av disse har mye til felles når det gjelder framing og kildebruk.<sup>26</sup> Mitt svar på problemstilling I blir dermed at det var *relativt* stor variasjon i temaområdene avisene omtalte, selv om mange prioriteringer også var like. En del likhet er det vanskelig å unngå i et lite land som Norge, der det – som Arne Strand sier – «er et begrenset antall saker som er aktuelle, og som er viktige» (Strand 2003 [intervju]). Med dette som utgangspunkt vil jeg hevde at det kulturpolitiske målet om variasjon mellom mediene *til en viss grad* ble oppnådd i avisene i mitt utvalg de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001. En forklaring på dette kan imidlertid være ulikheten mellom avisene. Det er naturlig at regionsavisen Bergens Tidende og den riksdekkende populæravisen VG skiller seg ut fra de to Oslo-baserte avisene Aftenposten og Dagsavisen. Forskjellen mellom de to sistnevnte avisene viser

---

<sup>26</sup> I kapittel 9 har jeg sett nærmere på enkelte artikler som omhandler sykelønssaken og Sosialistisk Venstreparti.

imidlertid også at to aviser med store likheter når det gjelder både geografisk plassering og lesergrunnlag kan prioritere noe ulikt.



I dette kapitlet har jeg plassert artiklene i 16 kategorier, samt kategorien «annet». Jeg har vist at det er mange likheter i prioriteringen av ulike temaer i de fire avisene, men at det også finnes store variasjoner innenfor enkelte temaområder. På bakgrunn av gjennomgangen av temaer i avisene kan jeg *ikke* konkludere med at journalistene har «jaktet i flokk».



## 6. Spill og substans

I dette kapitlet redegjør jeg for hvor stor andel av nyhets-, leder- og kommentarartiklene artiklene jeg har plassert innenfor kategoriene «spill» og «substans». Jeg har også fordelt spill-artiklene på nyhetsplass i temaområder, og redegjør her for utviklingen i løpet av de tre ukene i min utvalgsperiode. På grunn av plassmangel har jeg ikke foretatt den samme ukesvise temainndelingen når det gjelder leder- og kommentarartiklene. Jeg har imidlertid laget en oversikt over den samlede temadekningen på leder- og kommentarplass, som jeg omtaler kort i kapittel 8.

### 6.1 Andelen spill og substans i nyhetsartiklene

	<b>Substans</b>	<b>Spill</b>	<b>Prosent totalt</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	66	34	100	147
<b>Aftenposten</b>	73	27	100	175
<b>Bergens Tidende</b>	79	21	100	187
<b>VG</b>	56	44	100	108
<b>Prosent totalt</b>	<b>70</b>	<b>30</b>	100	
<i>N</i>	434	183		617

Tabell 1: Den totale prosentandelen spill- og substansartikler i avisene på nyhetsplass.

Tabell 1 viser at jeg har plassert 70 prosent av alle nyhetsartiklene innenfor kategorien substans og 30 prosent innenfor kategorien spill. Av totalt 660 artikler jeg har analysert, har jeg vurdert 43 – 7 prosent – som *undefinerbare*, hvilket vil si at de ikke kan plasseres innenfor en av de to kategoriene. Dette dreier seg blant annet om «koseintervjuer» med politikere, eller andre artikler som omhandler politikere, men som ikke berører politiske spørsmål. Disse har jeg imidlertid utelatt fra tabell 1 for å tydeliggjøre forskjellen mellom spill- og substansartiklene.

Bergens Tidende er den avisen med den største andelen substans-artikler, etterfulgt av Aftenposten. Dagsavisen har 66 prosent substans; hos VG er andelen 56 prosent. VG er avisen med flest spill-artikler, 44 prosent. Dette er en betydelig større andel enn hos de andre avisene.

Jeg vil hevde at substansandelen er relativt høy, tatt i betraktning at valgkampen i 2001 var preget av typiske «spill-saker» som usikre regjeringalternativer og en omfattende bruk av meningsmålinger. Bergens Tidende hadde færrest spill-artikler, og dette er helt i tråd med intensjonen til daværende politisk redaktør, Olav Kobbeltveit (se kapittel 1.2.2). Dagsavisen hadde den nest

høyeste andelen spill, og dette er i overensstemmelse med politisk redaktør Arne Strands vektlegging av å fokusere på den politiske «prosessen». VGs politiske redaktør, Olav Versto, sier at VG passer seg for å ikke «overføre» leserne med det politiske spillet, men sier at «det er klart at i en valgkamp må spillet måtte ha en sentral plass». Det fikk det også i 2001. Aftenposten hadde 27 prosent spill, og ifølge daværende leder av Aftenpostens politiske avdeling, Thor Gjermund Eriksen, var det et mål for avisen «å skrive mer om sakene og mindre om spillet» (kapittel 1.2.2). Redaktørenes målsettinger reflekteres dermed relativt godt i avisenes innhold.

Det er ikke overraskende at det var VG som hadde den største andelen spillorienterte saker, ettersom denne stofftypen i stor grad sammenfaller med kravene til *dramatikk* – ofte mellom personer, i dette tilfellet politikere – som populærjournalistikken setter (Eide og Hernes 1987: kapittel 2.3).

I tabell 2 er andelen spill og substansartikler fordelt på de tre ukene i mitt avisutvalg. I denne tabellen har jeg også valgt å inkludere de udefinerbare artiklene, for å vise at denne kategorien får en sterk nedgang i uke III.

Uke	I	II	III	N
Spill	20	21	40	183
Substans	70	71	58	434
Udefinerbar	10	8	3	43
Prosent totalt	100	100	101	
N	184	220	256	660

Tabell 2: Prosentandelen spill- og substansartikler i avisen fordelt på de tre ukene. Uke I = mandag 20. august – søndag 26. august. Uke II = mandag 27. august – søndag 2. september. Uke III = mandag 3. september – til og med mandag 10. september).

Tabell 2 viser at andelen spill økte betraktelig fra 20 prosent den første uken til 40 prosent den siste uken. Økningen fra uke I til II var imidlertid på bare ett prosentpoeng. Årsaken til at spillandelen økte så mye den siste uken før valget, er at fokuset mot mulige regjeringskonstellasjoner økte betraktelig. Det er dette Broh (1980) kaller «horse-race journalism»; valgkampen blir som et hesteveddeløp mellom partiene (se kapittel 1.2.2).

Det er også interessant å se at andelen udefinerbare artikler synker mot slutten av valgkampen. Dette viser at artiklene tydeligere plasserer seg innenfor substans- eller spillkategorien – andre typer artikler er i mindre grad blitt prioritert.

## 6.2 Fordelingen av spill-artiklene på temaområder

Avis	Valgkamp-reportasjer	Menings-målinger	Regjerings-spekulasjoner	Kritikk av politiske mot-standere	Syke-lønn som spill	Annet	Samlet prosent-andel	N
Dagsavisen	22	16	32	14	–	16	100	50
Aftenposten	38	21	23	–	–	17	99	47
Bergens Tidende	28	36	5	3	–	28	100	39
VG	21	28	17	4	9	21	100	47
Samlet prosentandel	27	25	20	5	2	20	99	
N	50	45	37	10	4	37		183

Tabell 3: Fordelingen av spill-artiklene på temaområder (prosent).

Tabell 3 viser at valgkampreportasjer totalt sett utgjorde den største andelen av spill-artiklene, etterfulgt av meningsmålinger og regjeringsspekulasjoner. Dagsavisen hadde flest regjeringsspekulasjoner, mens valgkampreportasjene var den største spillkategorien i Aftenposten. Bruken av meningsmålinger var mest utbredt i Bergens Tidende. Ellers sto Dagsavisen for de fleste artiklene innenfor kategorien «kritikk av politiske motstandere», mens VG hadde enkelte artikler om spillet bak Arbeiderpartiets forhold til sykelønnssaken (se kapittel 9.1).

Jeg har også sett på den samlede kategorifordelingen av spill-artiklene i de fire avisene fordelt på de tre ukene. Resultatene er fremstilt i tabell 4:

	Valgkamp-reportasjer	Menings-målinger	Regjerings-spekulasjoner	Kritikk av politiske mot-standere	Syke-lønn som spill	Annet	Samlet prosent-andel	N
Uke I (20/8-26/8)	22	33	11	3	–	30	99	36
Uke II (27/8-2/9)	35	26	20	4	9	7	101	46
Uke III (3/9-10/9)	26	21	24	7	–	23	101	101

Tabell 4: Prosentvis fordeling av spill-artiklene på temaområder i de fire avisene fordelt på tre uker.

Tabell 4 viser at meningsmålingene dominerte spill-dekningen i avisene den første uken i min utvalgsperiode; regjeringsspekulasjonen utgjorde bare 11 prosent. Det er færre artikler basert på meningsmålingsresultater den andre uken i min utvalgsperiode

sammenlignet med den første. Det er nå valgkampreportasjer som dominerer. Det er også i denne uken sykelønnssaken er blitt et viktig tema. Valgkampreportasjer og regjeringsspekulasjoner er de største spill-kategoriene den siste uken før valgdagen. Andelen meningsmålinger er gått ned, hvilket viser at fokuset i noen grad er blitt flyttet fra de enkelte partienes oppslutning til spekulasjoner om regjeringsdannelser.

Ettersom regjeringsdannelser utvilsomt er en viktig politisk begivenhet, er det ikke unaturlig at dette får mye oppmerksomhet i valgkampens siste fase. Det sterke fokuset på valgkampreportasjene er også vanlig – journalistene besøker stands og valgkamparrangementer for å kaste et siste blick på disse før partiene «pakker sammen for denne gang».

### 6.3 Spill og substans i leder- og kommentarartiklene

	<b>Substans</b>	<b>Spill</b>	<b>Prosent totalt</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	43	57	100	30
<b>Aftenposten</b>	50	50	100	30
<b>Bergens Tidende</b>	43	57	100	40
<b>VG</b>	45	55	100	31
<b>Prosent totalt</b>	<b>45</b>	<b>55</b>	100	
<i>N</i>	59	72		131

Tabell 5: Andelen spill- og substansartikler i leder- og kommentarartiklene.

Tabell 5 viser at en betydelig større andel av leder- og kommentarartiklene konsentrerte seg om det politiske spillet sammenlignet med nyhetsartiklene. I alt 55 prosent av lederne og kommentarene dreide seg om det politiske spillet, mot bare 30 prosent av nyhetsartiklene (tabell 1). Ettersom jeg fant det enklere å plassere lederne og kommentarene innenfor de to kategoriene, har jeg ikke – som med nyhetsartiklene – operert med kategorien «undefinerbar».

Det er Bergens Tidende som har den høyeste andelen spill i leder- og kommentarartiklene, etterfulgt av Dagsavisen og VG. I Aftenposten er artiklene jevnt fordelt med 50 prosent av artiklene innenfor hver kategori.

Avisenes fordeling av leder- og kommentarartiklene innenfor de to kategoriene er altså forskjellig fra fordelingen av nyhetsartiklene. Mens VG hadde desidert flest spill-orienterte nyhetsartikler (tabell 1), ligger avisen på nest siste plass når det gjelder lederne og kommentarene. Bergens Tidende, som hadde den laveste andelen spillorienterte nyhetsartikler, ligger på delt førsteplass med Dagsavisen når

det gjelder spillorienterte ledere og kommentarer. Dette viser at det ikke er en sammenheng mellom fordelingen av artiklene på nyhetsplass og på leder- og kommentarplass.

Årsaken til ulikheten mellom nyhetsartiklene og lederne/kommentarene er antagelig at de fleste kommentatorene ofte finner det naturlig å betone «valgkampens gang» i sine artikler, og derfor velger å fokusere på de ulike partienes muligheter for fremgang/tilbakeslag. Kommentarene får da et mer analytisk preg, og berører i mindre grad partienes politikk. Det er da lettere å fremstå som «nøytrale» i forhold til partipolitikken (Raaum 1999: 107; se kapittel 1.2.2).

#### **6.4 Balansen mellom spill og substans**

I dette kapitlet har jeg forsøkt å besvare problemstilling II – hvordan avisene prioriterte mellom de politiske sakene (substansen) og det politiske spillet på nyhets- og leder-/kommentarplass. Jeg mener det totalt sett var relativt mye substans og lite spill på nyhetsplass i de fire avisene. I en tid der meningsmålingsresultater og posisjoneringer mellom partiene blir mye omtalt, kunne det ha vært grunn til å forvente enda større andel spillorienterte artikler, selv om dette er en utvikling mange vil være skeptisk til. Det var imidlertid relativt store forskjeller mellom avisene, spesielt mellom ytterpunktene VG og Bergens Tidende. Tallene viser at VG legger stor vekt på spillet, mens Bergens Tidende – i tråd med redaktør Kobbeltveits ønsker – i stor grad vektlegger den politiske substansen.

Den ukesvise utviklingen viser at spillet blir mer sentralt for avisene etter hvert som valget nærmer seg. Dette er en naturlig utvikling; regjeringsspørsmålet og det mulige valgresultatet blir et stadig mer aktuelt tema etter hvert som valgkampen nærmer seg slutten.

På leder- og kommentarplass er imidlertid situasjonen en annen – i alle avisene får spillet 50 prosent omtale eller mer. Kommentatorenes sterke fokus på spillet kan ha flere årsaker. Ofte vil det være *enklere* å foreta analyser av valgkampens gang, og de ulike partienes fremgang eller tilbakegang, enn å skrive utfyllende om de politiske sakene. Det kan også være grunn til å tro at Odd Raaum (1999) har rett når han skriver at fokuset på det politiske spillet kan skyldes journalistenes frykt for å ta stilling til saker, og dermed kanskje tilkjennegi politiske standpunkter (se kapittel 1.2.2).



I dette kapitlet har jeg redegjort for hvor mange prosent av artiklene på nyhetsplass og leder- og kommentarplass som kan plasseres innenfor kategoriene spill og substans. VG utmerket seg som avisen som fokuserte mest på spill på nyhetsplass. På leder- og kommentarplass var fordelingen likere mellom avisene, og en langt større andel av artiklene ble vurdert som spill. Jeg mener dette kan henge sammen med en «frykt» for å ta stilling til politiske saker hos kommentatorene, hvilket gjør det enklere å fokusere på spillet. En annen mulig forklaring er at det rett og slett er for *få* saker å omtale hver eneste dag, og at fokuset da – for å ha noe å skrive om – i større grad rettes mot spillet. Mange vil også mene at det er viktig at avisene kommenterer meningsmålinger og vurderer ulike regjeringsalternativer i lys av disse.

## 7. Avisenes partiomtale på nyhetsplass

Mange har peika på at det er eit særmerke ved det vestlege pressemønsteret at det negative gjerne får større oppslag enn det positive. I alle høve er det lett å påvise at sterkt formulert kritikk får feite oppslag, og sterke ord har ein interessevekkjande verknad (Herbjørn Sørenbø 1970: 18).

I dette kapitlet ser jeg først på hvor stor andel av det totale antallet artikler i avisene omtalen av de ulike partiene utgjør. Deretter redegjør jeg for resultatene fra min analyse av avisens omtale av de ulike partiene på nyhetsplass. Jeg presenterer resultatene for hvert enkelt parti i en tabell, og redegjør for hvilke temaområder som utgjør de mest kritiske eller positive artiklene i forhold til partiene. Jeg vil også benytte eksempler fra enkelte artikler.

Et slående trekk ved omtalen av alle partiene er at den i størst grad er nøytral eller negativ. Det kan være grunn til å gi Herbjørn Sørenbø rett i sitatet ovenfor – det negative får som regel mer omtale enn det positive.

### 7.1 Mengden av partiomtale i avisene

	<b>Ap</b>	<b>H</b>	<b>KrF</b>	<b>SV</b>	<b>Frp</b>	<b>Sp</b>	<b>V</b>	<b>RV</b>	<b>Kp</b>
<b>Dagsavisen</b>	76	49	33	27	26	19	15	11	2
<b>Aftenposten</b>	82	34	26	24	17	18	19	5	5
<b>BT</b>	66	36	31	29	30	23	27	16	1
<b>VG</b>	64	39	26	19	18	21	17	8	9
<b>Samlet prosentfordeling</b>	<b>73</b>	<b>39</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
<b>N</b>	<b>481</b>	<b>259</b>	<b>194</b>	<b>169</b>	<b>153</b>	<b>135</b>	<b>132</b>	<b>67</b>	<b>25</b>

**Tabell 1: Prosentvis omtale av de ulike partiene i nyhetsartiklene. Ettersom flere partier ofte er nevnt i samme artikkel, vil summen av N overstige det totale antallet artikler (660).**

Tabell 1 viser at Arbeiderpartiet var det partiet som ble hyppigst omtalt i de fire avisene; partiet er nevnt i 73 prosent av alle artiklene som ble skrevet. Deretter følger Høyre, Kristelig Folkeparti og SV.

Fremskrittspartiet ble viet relativt liten oppmerksomhet i avisene under stortingsvalget i 2001, tatt i betraktning partiets størrelse og partileder Carl I. Hagens tradisjonelt gode evne til å slå igjennom i mediene (Johansen 2002) – til tross for at det knapt finnes noen journalister i Norge som stemmer på dette partiet (se fotnote i kapittel 3.4). Under valgkampen i 2001 var imidlertid Fremskrittspartiet mindre på banen enn vanlig. Dette kan blant annet skyldes at ingen partier sa seg villig til å delta

i regjering sammen med Fremskrittspartiet, til tross for at enkelte spekulerte i at partiet likevel ville kunne komme i regjeringsposisjon.

I alle de fire avisene var Arbeiderpartiet det partiet som ble viet mest oppmerksomhet, og det omfattende fokuset skyldes flere faktorer. Partiet satt med regjeringsmakten under valgkampen, og fikk derfor mye omtale i kraft av sitt virke i regjering. Dette gjelder både uttalelser fra statsministeren og statsrådene i forbindelse med ulike saker, samt det ekstra fokuset et regjerende parti naturlig nok vil få rettet mot seg under en valgkamp. Sykelønnsaken ble viet mye oppmerksomhet, og i tillegg fikk Ap ekstra mye omtale fordi et stort antall meningsmålinger viste at partiet ville gjøre et historisk dårlig valg.

I forhold til tidligere partitilknytning ville det være naturlig å anta at Dagsavisen var den avisen som omtalte Arbeiderpartiet hyppigst. Tallene viser imidlertid at Aftenposten hadde en større andel Ap-omtale enn Dagsavisen, mens Dagsavisen viet Høyre mer oppmerksomhet enn den tidligere Høyre-avisen Aftenposten. Thor Gjermund Eriksen, som var ansvarlig for Aftenpostens politiske nyhetsjournalistikk under valgkampen, forklarer dette slik:

Jeg tror at i den vanlige nyhetsdekningen av en valgkamp i dag, påvirker avisens tradisjon og politiske grunnsyn lite. Det som påvirker prioriteringene og planene er utviklingen i valgkampen, og hvor viktige de ulike politikerne og partiene er i forhold til hvordan valget ser ut. Det har ikke bare med størrelse å gjøre – at det er det største partiet som er mest interessant. Nå var det jo det ved forrige valg fordi Arbeiderpartiet gjorde det så dårlig, men vi tar også hensyn til mulighetene etter valget, muligheten til å bli et nøkkelparti. KrF, for eksempel, er ikke av de største partiene, men likevel veldig viktig.

*Var det noe mål for Aftenposten å se ekstra nøye på Høyre?*

Nei (Eriksen 2003 [intervju]).

Den tidligere Venstre-avisen Bergens Tidende viet Venstre langt mer oppmerksomhet enn de andre avisene. Tidligere politisk redaktør Olav Kobbeltveit kommenterer dette slik:

*Venstre fikk mye oppmerksomhet i valgdekningen i Bergens Tidende. Er det et bevisst valg fra deres side?*

Det er jeg nokså sikker på at det ikke er. Vi har en reportasjeleder på politikk og næringsliv som har hatt en viss tilknytning til Venstre, og han er veldig bevisst på at det ikke skal spores noe sted. Sånn sett er jeg kanskje litt overrasket over funnene, men det har helt sikkert en naturlig forklaring (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Bergens Tidende fokuserte også noe mer på Senterpartiet enn de andre avisene, men det tredje partiet i sentrumsregjeringen – Kristelig Folkeparti – fikk omtale i en større andel av Dagsavisens artikler enn i artiklene i Bergens Tidende. Grunnen til at dette partiet ble viet så mye oppmerksomhet i alle avisene, er at det – til tross for sin beskjedne størrelse – hadde stor mulighet til å komme i regjeringsposisjon (hvilket det



også gjorde). Mye av oppmerksomheten var rettet mot statsministerkandidat Kjell Magne Bondevik.

Sosialistisk Venstreparti ble et viktig parti under valgkampen i 2001, ikke minst fordi det stadig steg på meningsmålingene. En rekke meningsmålinger viste at partileder Kristin Halvorsen hadde enorm velgerappell, og hun fikk svært gode avisomtaler for sine debattopptredener. Dette er antagelig årsaken til at SV ble så hyppig omtalt (se kapittel 9.2). Dagsavisen ga partiet mye omtale, og dette stemmer godt overens med avisens politiske grunnsyn. Det stemmer imidlertid *ikke* godt overens med Aftenpostens borgerlige fortid at SV fikk så mye oppmerksomhet, og omtalehyppigheten passer heller ikke overens med Bergens Tidendes formålsparagraf, som definerer avisen som «borgerlig (ikke-sosialistisk)». Den relativt hyppige omtalen av Fremskrittspartiet i Bergens Tidende og Dagsavisen kan heller ikke forklares ut fra avisenes politiske ståsted.

Det er ikke lett å besvare spørsmålet om hva som er best – hyppig, men primært negativ omtale, eller liten, men primært positiv omtale. Velgerne blir mer oppmerksomme på partier som stadig nevnes, men mye negativ oppmerksomhet kan gjøre stor skade. Ettersom mediene fokuserer mest på partier de selv anser for å være viktigst (Eriksen 2003 [intervju]), er det grunn til å tro at denne inndelingen av det politiske landskapet også vil ha innflytelse på velgernes vurdering av partienes betydning. Forskning på dagsordenhypotesen (se kapittel 3.3) viser at medienes påvirkningskraft er størst når det gjelder saker publikum vet lite om fra før (*unobstrusive issues*). Det vil antagelig også gjelde partier velgerne har mindre kunnskap om. Mediene skal ha mindre gjennomslagskraft når det gjelder saker publikum har stor kjennskap til (*obstrusive issues*). Man kan tenke seg at velgere som for eksempel vet mye om Arbeiderpartiet, og har stor sympati for partiet, i mindre grad vil la seg påvirke av negativ Ap-omtale enn velgere som ikke har mye kjennskap til, og sympati for, partiet. På samme måte kan man tenke seg at positiv omtale av mindre og mer ukjente partier kan ha stor effekt. Under valgkampen i 2001 fikk SV, et relativt lite, dog forholdsvis godt kjent parti, svært mye positiv omtale. Det er ikke umulig at dette medvirket til at partiet ble valgets vinner.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Ved stortingsvalget i 2001 gikk SV frem med 6,5 prosentpoeng i forhold til foregående valget. Partiet økte sin stortingsgruppe med 14 representanter. Til tross for at Høyre gikk frem med 6,9 prosentpoeng, og økte sin stortingsgruppe med 15 representanter (Aftenpostens valgbilag 12. september 2001), var det SV som ble utropt til «valgets vinner».

Jeg vil hevde at det er relativt liten sammenheng mellom avisenes tidligere partitilknytning og *mengden* oppmerksomhet de forskjellige partiene fikk. Mengden sier imidlertid ingenting om *hvordan* omtalen var utformet – om den var negativ, tilnærmet nøytral eller positiv. Dette er temaet for de neste punktene i dette kapitlet, der jeg vurderer omtalen av hvert enkelt parti. Først skal jeg imidlertid redegjøre for avisenes samlede omtale av *alle* partiene.

## 7.2 Den samlede dekningen

	Negativ	Nøytral	Positiv	Opinionsbalanse	Prosent totalt	N
<b>Dagsavisen</b>	16	79	5	– 11	100	439
<b>Aftenposten</b>	10	86	4	– 6	100	419
<b>Bergens Tidende</b>	10	86	4	– 6	100	495
<b>VG</b>	19	77	4	– 15	100	262
<b>Prosent totalt</b>	<b>13</b>	<b>83</b>	<b>4</b>	<b>– 9</b>	100	
<i>N</i>	<i>211</i>	<i>1339</i>	<i>65</i>			<i>1615</i>

Tabell 2: Den samlede vurderingen i Dagsavisen, Aftenposten, Bergens Tidende og VG. *Opinionsbalanse* er andelen positiv omtale minus andelen negativ omtale.

Tabell 2 gjengir avisenes samlede dekning av alle partiene. For å gi et bredest mulig bilde har jeg også tatt med resultatene for artiklene om RV og Kystpartiet, selv om disse partiene er utelatt fra omtalen i resten av dette kapitlet.

Tabellen viser at VG og Dagsavisen hadde den største andelen negativ omtale av de fire avisene, og opinionsbalansen var også mest negativ for disse to avisene. Aftenposten og Bergens Tidende hadde like stor andel negativ omtale. Andelen positiv omtale var imidlertid relativt lik i de fire avisene. Det store flertallet av alle artiklene forholdt seg relativt nøytralt til de politiske partiene.

Jeg skal nå se nærmere på avisenes omtale av de ulike partiene. Jeg vil også angi temaområdene som partiene fikk mest negativ og positiv omtale innenfor. Disse prosenttallene har jeg regnet ut ved hjelp av dataprogrammet SPSS. Tallene er ikke gjengitt i tabellform.

Som tidligere nevnt utelater jeg Kystpartiet og RV fordi disse to partiene fikk svært liten omtale sammenlignet med de andre avisene (se tabell 1).

### 7.3 Arbeiderpartiet

Arbeiderpartiet	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	29	64	7	100	– 22	130
Aftenposten	18	80	2	100	– 16	149
Bergens Tidende	18	79	4	101	– 14	126
VG	33	65	3	101	– 30	76
Totalt	23	73	4	100	– 20,5	
N	112	350	19			481

Tabell 3: Omtalen av Arbeiderpartiet

Av de fire avisene i mitt utvalg, er det Dagsavisen som har den høyeste andelen artikler som forholder seg positivt til Ap. Avisen har imidlertid også den nest høyeste andelen artikler som er negative til partiet, og opinionsbalansen er relativt negativ. Dette viser at Dagsavisen ikke opptrer som en partiavis overfor Arbeiderpartiet på nyhetsplass. Aftenposten har – sammen med Bergens Tidende – den laveste andelen artikler som forholder seg positivt til Arbeiderpartiet. VG er totalt den mest negative avisen i forhold til Ap.

VGs høye andel negativ omtale av Arbeiderpartiet henger blant annet sammen med avsløringen av sykelønssaken (nærmere beskrevet i kapittel 9) – 17 prosent av all den negative omtalen av Ap i de fire avisene dreide seg om denne temakategorien. Denne kategorien utgjør samlet sett den mest negative i forhold til Ap, og dette var en sak som VG skrev mest om. Økonomisakene sto for 10 prosent av den samlede negative omtalen. Et eksempel innenfor denne kategorien er artikkelen «Spår 10 milliarder i ekstra Ap-skatt» (Dagsavisen 22. august), der «Høyre-toppene» advarer velgerne mot et skattesjokk hvis Ap vinner valget». Det ble skrevet flere saker av denne typen før valget. Skole/utdanning sto for 7 prosent av den negative omtalen; også kategorien meningsmålinger utgjorde 7 prosent.

Blant de positive artiklene var meningsmålinger den største enkeltkategorien (32 prosent), selv om det stort sett var i begynnelsen av valgkampen at Ap fikk gode meningsmålingsresultater. Et eksempel på en artikkel innenfor denne kategorien – der Stoltenberg personlig gjør det bra – er «HALER INNPÅ» (VG 30. august), der det står at selv om Ap «fortsatt ser katastrofetall på meningsmålingene, kan statsminister Jens Stoltenberg sole seg i økt personlig popularitet». Til tross for at artikkelen nevner at Arbeiderpartiet faller, er artikkelen vinklet rundt Stoltenbergs fremgang – derfor har jeg vurdert den som positiv. Økonomi (16 prosent), kultur (11 prosent) og helse

(11 prosent) utgjorde de tre andre største temakategoriene når det gjelder positiv omtale av Ap.

## 7.4 Høyre

Høyre	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	23	76	1	100	– 22	83
Aftenposten	8	90	2	100	– 6	61
Bergens Tidende	9	89	3	101	– 6	69
VG	30	65	4	99	– 26	46
Totalt	17	81	2	100	– 15	
N	44	209	6			259

Tabell 4: Omtalen av Høyre

Tabell 4 viser at VG og Dagsavisen er de mest kritiske avisene i forhold til Høyre på nyhetsplass. Den samlede dekningen av Høyre er litt mindre negativ enn dekningen av Arbeiderpartiet. Aftenposten er relativt positiv til Høyre sammenlignet med Dagsavisen og Høyre, men opinionsbalansen er negativ. Dette viser at Aftenposten ikke opptrådte som en partiavis for Høyre på nyhetsplass.

Den største temakategorien blant artiklene som er negative til Høyre, er kritikk av politiske motstandere (21 prosent). Et eksempel er artikkelen «– Lavmål av byrådsleder Lae» (Dagsavisen 29. august), der Aps Karita Bekkemellem Orheim kritiserer Høyre-byrådslederen i Oslo, Erling Lae, for uttalelsen i en feilsendt e-post om at hun står for «politisk idioti». Kategorien økonomi følger etter (18 prosent), deretter kommer meningsmålinger (16 prosent) og bistand (14 prosent) som de største.

Meningsmålingsartikler står for hele 50 prosent av den samlede positive omtalen. Skole/utdanning utgjør 33 prosent. Et eksempel her er artikkelen «Støtter Høyres skolepolitikk» (Bergens Tidende 23. august), der det heter at flere av «Høyres forslag i skolepolitikken finner støtte blant Aps velgere. De er positive til både lærerevaluering og private skoler». Regjeringsspekulasjoner står for 17 prosent av artiklene som er positive til Høyre.

## 7.5 Kristelig Folkeparti

Dagsavisen har den høyeste andelen positive artikler om Kristelig Folkeparti, men samtidig har avisen den høyeste andelen negative artikler (13 prosent).

Opinionsbalansen er dermed mest negativ i Dagsavisen (og Bergens Tidende). Aftenposten er totalt sett den mest positive avisen i forhold til partiet.

Kristelig Folkeparti	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	13	84	4	101	– 9	56
Aftenposten	4	94	2	100	– 2	48
Bergens Tidende	9	92	–	101	– 9	59
VG	6	94	–	100	– 6	31
<b>Totalt</b>	<b>8</b>	<b>90</b>	<b>2</b>	<b>101</b>	<b>– 7</b>	
N	16	175	3			194

Tabell 5: Omtalen av Kristelig Folkeparti

«Sentrumskameraten» Bergens Tidende har med 9 prosent den nest høyeste andelen negative artikler om partiet og ingen positive. Til tross for at avisen støttet sentrumsregjeringen ved stortingsvalget i 1997, var den altså lite positiv til sentrumsregjeringens nøkkelparti på nyhetsplass i 2001. Heller ikke VG har noen positive artikler om partiet.

Enkeltkategoriene som dominerte den negative omtalen av KrF var kritikk av politiske motstandere (44 prosent) og økonomi (19 prosent). Et eksempel på kritikk, selv om den i dette tilfellet kommer fra partier som tradisjonelt har vært «venner» av KrF, er artikkelen «Sterke reaksjoner på KrFs homosyn» (Dagsavisen 24. august). Der står det at «Senterpartiets nestleder Åslaug Haga forstår at homofile kan føle seg krenket av Kristelig Folkeparti. Også Venstre reagerer på KrFs homosyn». Regjeringsspekulasjoner utgjorde 67 prosent av den positive omtalen, meningsmålinger sto for 33 prosent. Et eksempel på en positiv artikkel i forhold til KrF er «Gamblernes favoritt» (også hentet fra Dagsavisen 24. august). Det står der at Internett-gamblere «har klokketro på at presten [Kjell Magne Bondevik] blir ny statsminister».

## 7.6 Venstre

Venstre	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	–	96	4	100	+ 4	26
Aftenposten	6	88	6	100	0	34
Bergens Tidende	8	88	4	100	– 4	52
VG	10	90	–	100	– 10	20
<b>Totalt</b>	<b>6</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>– 3</b>	
N	8	119	5			132

Tabell 6: Omtalen av Venstre

Dagsavisen er den eneste avisen i mitt utvalg som ikke har en eneste negativ artikkel om Venstre, og opinionsbalansen er mer positiv enn i de andre avisene. VG er mest negativ til partiet. Bergens Tidende er relativt negativ til Venstre, og opptrer ikke som en partiavis.

De største enkeltkategoriene som utgjør den negative omtalen av Venstre er meningsmålinger (25 prosent) og økonomi (25 prosent). Et eksempel fra sistnevnte kategori er artikkelen «Hysj-plan kan gi ØKT SKATT» (VG 27. august), der det står at sentrumpartiene, deriblant Venstre, i «dypeste hemmelighet» har fått Finansdepartementet til å snekre sammen «et nytt skattesystem som kan gi økt skatt på kapitalinntekter for mange nordmenn». Den konspiratoriske framingen VG har på saken får Venstre og de andre sentrumpartiene til å fremstå i et svært dårlig lys. Den positive omtalen domineres av kategoriene meningsmålinger (20 prosent), skole og utdanning (20 prosent) og helse (20 prosent). En positiv skolesak for Venstre er artikkelen «Venstre- og Høyre-styrte kommuner gir flest ekstratimer» (Aftenposten 29. august). Det står at «Venstre-styrte kommuner ligger på topp» når det gjelder å tilby elevene ekstra undervisningstimer på skolen.

## 7.7 Senterpartiet

Senterpartiet	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	–	100	–	100	0	33
Aftenposten	12	85	3	100	– 9	33
Bergens Tidende	7	91	2	100	– 5	44
VG	8	92	–	100	– 8	25
<b>Totalt</b>	<b>7</b>	<b>92</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>– 6</b>	
N	9	124	2			135

Tabell 7: Omtalen av Senterpartiet

Dagsavisen er den eneste avisen i mitt utvalg som kun har nøytrale artikler om Senterpartiet. Aftenposten er mest negativ, etterfulgt av VG. Bergens Tidende er noe mindre negativ til Senterpartiet enn de andre avisene, med unntak av Dagsavisen.

Kategorien meningsmålinger sto for 33 prosent av den negative omtalen, økonomi utgjorde 22 prosent. Et eksempel på en negativ meningsmålingssak er artikkelen «Historisk SV-mandat» (Bergens Tidende 9. september), der det fastslås at Senterpartiet har liten oppslutning i Sogn og Fjordane. Den positive omtalen var fordelt på én enkelt meningsmåling (50 prosent) og én enkelt helse-artikkel (50 prosent). I helseartikkelen – «Vil ikke garantere psykiatri-hjelp til barn» (Aftenposten

31. august) – fremstår Sp som et av svært få partier som er tilhenger av å gi barn en garanti om psykiatribehandling innen en bestemt tidsfrist.

## 7.8 Sosialistisk Venstreparti

Sosialistisk Venstreparti	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	7	85	9	101	+ 2	46
Aftenposten	2	86	11	99	+ 9	44
Bergens Tidende	4	80	16	100	+ 12	56
VG	9	74	17	100	+ 8	23
<b>Totalt</b>	<b>5</b>	<b>82</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>+ 8</b>	
N	8	139	22			169

Tabell 8: Omtalen av Sosialistisk Venstreparti

Alle avisene er svært positive til SV, hvilket er et fenomen jeg omtaler nærmere i kapittel 9. Bergens Tidende er mest positiv. Dagsavisen er, sammenlignet med de andre avisene, mindre positiv til SV på nyhetsplass enn det man kanskje forventer av en avis på venstresiden i norsk politikk.

Innenfor den negative omtalen er kategorien kritikk av politiske motstandere den største i SVs tilfelle (38 prosent). Et eksempel på en slik artikkel er «Bondevik skremmer med SV» (Bergens Tidende 2. september), der Kjell Magne Bondevik hevder at SV truer velferds-Norge. Kategoriene kronprinsbryllupet og valgkamp-reportasje sto begge for 13 prosent. Meningsmålingene dominerer den positive omtalen (64 prosent), for eksempel i VG 3. september, der Kristin Halvorsen fremstilles blant de «populære» partilederne. Andre positive kategorier – alle med en andel på 5 prosent – er miljøvern, valgkampreportasje, økonomi og helse.

## 7.9 Fremskrittspartiet

Fremskrittspartiet	Negativ	Nøytral	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	11	84	5	100	– 6	44
Aftenposten	3	94	3	100	0	31
Bergens Tidende	7	93	–	100	– 7	57
VG	–	95	5	100	+ 5	21
<b>Totalt</b>	<b>7</b>	<b>91</b>	<b>3</b>	<b>101</b>	<b>– 2</b>	
N	10	139	4			153

Tabell 9: Omtalen av Fremskrittspartiet

Bergens Tidende er den mest negative avisen i forhold til Fremskrittspartiet, etterfulgt av Dagsavisen. VG utpeker seg ved å ikke ha noen negative artikler om Fremskrittspartiet på nyhetsplass.

Kategoriene som sto for mesteparten av den negative omtalen av Frp var valgkampreportasje (30 prosent) og kritikk av politiske motstandere (20 prosent). Et eksempel på en negativ valgkampreportasje er artikkelen «Frp med svenske polpriser» (Dagsavisen 22. august). Partiet har refundert penger til norske Vinmonopol-kunder, slik at de får varene til svenske priser. Flere av kundene uttrykker sin misnøye med dette PR-stuntet. Forsvar, kultur og økonomi sto for 10 prosent hver. Den positive omtalen er fordelt på fire enkeltartikler innenfor kategoriene meningsmålinger, økonomi, regjeringsspekulasjoner og helse. Et eksempel på en positiv meningsmålingssak er artikkelen «CARL I SIGET» (VG 3. september), der det fastslås at etter «popularitetsraset i vår er Frp-leder Carl I. Hagen igjen på opptur. Nå mener 29 prosent av velgerne at han gjør en god jobb».

#### **7.10 Fortsatt partipresse på nyhetsplass?**

Er det riktig å hevde at de gamle partiavisene Aftenposten, Dagsavisen og Bergens Tidende favoriserte henholdsvis Høyre, Ap og Venstre på nyhetsplass før stortingsvalget i 2001?

Gjennomgangen av avisenes omtale av partiene viser at Dagsavisen har en stor andel negative artikler om Arbeiderpartiet (opinionsbalansen er på – 22), noe en partiavis ikke ville ha hatt. Dagsavisen er heller ikke den avisen som vier Ap mest oppmerksomhet.

Aftenposten har – sammen med Bergens Tidende – en relativt stor andel positive artikler om Høyre sammenlignet med de to andre avisene, men den samlede omtalen er negativ (– 6 i opinionsbalanse). Samtidig er Aftenposten den avisen som vier Høyre minst oppmerksomhet (tabell 1). Dette viser at Aftenposten ikke opptrer som noen partiavis for Høyre.

Heller ikke Bergens Tidende er utpreget positiv i forhold til sin gamle «partikollega» Venstre. Avisen har imidlertid klart flest artikler som omtaler partiet, noe som viser at avisen oppfatter partiet som viktig, selv om mange av artiklene er negative. Det er også interessant å sammenligne Bergens Tidendes omtale av de to andre medlemmene i sentrumsregjeringen – Senterpartiet og KrF. Også her er avisen



relativt negativ, men også disse to partiene får mye omtale i Bergens Tidende sammenlignet med de andre avisene – noe som antagelig betyr at også disse partiene blir oppfattet som viktige av avisen.

VG har aldri vært tilknyttet et bestemt parti, men har tradisjonelt gitt både Høyre og Arbeiderpartiet mye støtte. Gjennomgangen av nyhetsartiklene før valget i 2001 viser imidlertid at denne støtten ikke ble gjentatt før stortingsvalget i 2001 – tabell 3 og 4 viser at VG var den mest negative avisen i forhold til begge disse partiene.

Svaret på problemstilling III – i hvilken grad avisenes tidligere partitilknytning fortsatt var synlig i valgkampdekningen før stortingsvalget i 2001 – må bli *i svært liten grad* når det gjelder nyhetsartiklene. Den eneste sammenhengen jeg har påvist er at Bergens Tidende skriver relativt mye om Venstre, Senterpartiet og KrF. Innholdet i disse artiklene er imidlertid lite positiv. Thor Gjermund Eriksen har antagelig rett når han «tror at i den vanlige nyhetsdekningen av en valgkamp i dag, påvirker avisens tradisjon og politiske grunnsyn lite» (Eriksen 2003 [intervju]).

Gjennomgangen av nyhetsartiklene styrker utsagn fra flere hold om at de fire avisene i mitt utvalg er politisk uavhengige på nyhetsplass – til tross for at prioriteringen av saksområder i noen tilfeller kan henge sammen med avisenes politiske grunnsyn, har dette grunnsynet hatt liten betydning for omtalen av partiene i mitt avisutvalg. Dette er fullstendig i tråd med det journalistiske profesjonsmålet om å dekke nyheter på en så selvstendig og tilnærmet nøytral måte som mulig (se kapittel 3.4). Dette henger igjen sammen med avisenes *aktørrolle* (kapittel 3.2) – avisene opptrer selvstendig, og dekker nyheter ut fra nyhetskriterier, ikke ut fra politisk ståsted.



I dette kapitlet har jeg redegjort for hvor stor andel omtale partiene fikk på nyhetsplass i de fire avisene, og hvordan avisenes samlede dekning var i forhold til alle partiene. Deretter har jeg redegjort for omtalen av hvert parti – om den er positiv, negativ eller nøytral. Jeg har omtalt emnekategoriene som har utgjort de mest positive og mest negative artiklene om partiene, og også brukt enkelte korte eksempler fra avisene. Konklusjonen på denne gjennomgangen er at avisene i liten grad favoriserte sine «gamle partikamerater» på nyhetsplass. Hvorvidt de gjorde dette på *leder- og kommentarplass* er tema for neste kapittel.

## **8. Avisenes partiomtale på leder- og kommentarplass**

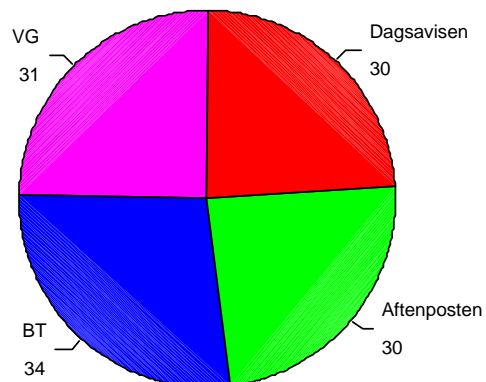
Leder- og kommentarartikler er det «bevisst politiske stoffet der avisenes politiske profil åpent og offisielt utmeisles» (Bjerke 2001: 20). I dette kapitlet redegjør jeg først for kriteriene for utvalg av – samt innholdet i – leder- og kommentarartiklene i de fire avisene de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001. Jeg viser hvor mye omtale de forskjellige partiene har fått i de ulike avisene, før jeg presenterer resultatet av min kvantitative innholdsanalyse. Jeg foretar deretter en kvalitativ analyse av utvalgte leder- og kommentarartikler, basert på diskursanalyse (se kapittel 4.2). Utvalget er ment å være representativt i den forstand at jeg mener artiklene gir en god illustrasjon av forskjellene i de ulike avisenes partiomtaler. De kvalitative analysene er imidlertid først og fremst ment som en illustrasjon og utdypning av funnene i den kvantitative undersøkelsen. Jeg analyserer lederartiklene på valgdagen i et eget punkt, ettersom disse representerer den siste muligheten avisene hadde til å påvirke lesernes partivalg. Til slutt vurderer jeg kort avisenes vurderinger av enkelte fjernsynsdebatter politikerne deltok i. Dette er også en form for politisk kommentarjournalistikk, men ettersom den er av en annen art enn de øvrige leder- og kommentarartiklene, har jeg valgt å analysere dem separat.

### **8.1 Artiklenes utvelgelse, antall og innhold**

Jeg har valgt å analysere alle lederartiklene og kommentarartiklene i de fire avisene de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001. I utvelgelsen har jeg imidlertid måttet foreta enkelte avveininger. Bergens Tidende hadde hver dag en liten signert kommentarartikkel under vignetten «Valg 01» i den første seksjonen av avisen. Enkelte av disse kommentarene bar preg av å være småhumoristiske kåserier, og disse artiklene har jeg sett vekk fra. Artiklene med seriøse kommentarer har jeg inkludert i analysen. Jeg har også valgt å inkludere alle artikler som presenteres som en del av avisenes kommentarpakke, selv om de ikke er skrevet av avisenes egne medarbeidere. Årsaken til dette er at kommentarene inngår som en del av avisenes samlede valgdekning – det er i hvert fall slik de vil oppfattes av leserne. Dette inkluderer kommentarer skrevet av tidligere Aftenposten-medarbeider Kjell Hanssen, hvis artikler ble presentert som om de var skrevet av en Aftenposten-medarbeider. Det inkluderer også artikler skrevet av Per Edgar Kokkvold og Hallvard Bakke i Dagsavisen, samt kommentarer skrevet av Steinar Hansson og Jens E. Kjeldsen i

Bergens Tidende. Jeg har ikke tatt med «Signert»-spalten i Aftenposten; denne er skrevet av eksterne kommentatorer, noe som fremgår relativt tydelig.<sup>28</sup> Jeg har sett fullstendig vekk fra leserbrev, kronikker og andre innsendte debattartikler.

Figur 1: Antallet artikler



Figur 1 viser at det var flest leder- og kommentarartikler i Bergens Tidende (BT). VG hadde én artikkel mer enn Dagsavisen og Aftenposten, som begge hadde 30.

Jeg har fordelt innholdet i leder- og kommentarartiklene på 9 temakategorier, samt kategorien «annet». Tabellen, som er

gjengitt som **vedlegg 4**, viser at kategorien regjeringsspekulasjoner var den største etter kategorien «annet», totalt 14 prosent av alle artiklene omhandlet dette temaet. Kategoriene meningsmålinger (kommentering av meningsmålingsresultater), kritikk av politiske partier, sykelønnssaken og valgkampreportasjer hadde alle en andel på 10 prosent. Skole og utdanning, samt utenrikskommentarer, sto for 4 prosent av alle kommentarartiklene. 5 prosent omhandlet økonomi.

## 8.2 Mengden omtale av partiene

Jeg skal nå redegjøre for hvor stor andel omtale partiene fikk i leder- og kommentarartiklene. Prosentandelene er gjengitt i tabell 1:

	Ap	H	KrF	SV	Sp	V	Frp
Dagsavisen	73	47	33	23	17	13	23
Aftenposten	83	40	43	23	7	20	10
BT	79	32	24	24	26	18	15
VG	77	55	39	39	39	16	16
Samlet prosentfordeling	78	43	34	27	22	17	16
N	98	54	43	34	28	21	20

Tabell 1: Prosentvis omtale av de ulike partiene i leder- og kommentarartiklene

<sup>28</sup> Det er i denne spalten Kjell Hanssen vanligvis skriver.

Tabell 1 viser at Arbeiderpartiet fikk mest omtale sammenlagt, etterfulgt av Høyre, Kristelig Folkeparti, Sosialistisk Venstreparti, Senterpartiet og Venstre. Jeg har valgt å utelate Kystpartiet og Rød Valgallianse fra tabellen ettersom partiene kun ble omtalt i henholdsvis 8 og 6 artikler.

Aftenposten er avisen med den største andelen omtale av Arbeiderpartiet; partiet blir nevnt i 83 prosent av alle lederne og kommentarene. Aftenposten var også den avisen som viet Ap mest oppmerksomhet på nyhetsplass (se kapittel 7.1). Bergens Tidende omtaler Ap i noe større grad enn VG – på nyhetsplass var det omvendt. Som på nyhetsplass omtaler Dagsavisen partiet Høyre i større grad enn Aftenposten. VG har imidlertid den høyeste andelen Høyre-omtale; på nyhetsplass var andelen lavere. Aftenposten er den avisen som gir Venstre og KrF mest omtale, VG har den høyeste andelen omtale av Senterpartiet og SV.

Tabell 1 viser at prioriteringen på leder og kommentarplass har vært noe ulik prioriteringen på nyhetsplass. Tendensen er imidlertid den samme når det gjelder Aftenposten og Dagsavisen – Aftenposten har en høyere andel omtale av Arbeiderpartiet enn Dagsavisen, og Dagsavisen prioriterer omtale av Høyre i større grad enn Aftenposten. På nyhetsplass hadde Bergens Tidende den høyeste andelen omtale av Venstre og Senterpartiet – på leder- og kommentarplass er imidlertid ikke Bergens Tidende den avisen som vier sentrumpartiene mest oppmerksomhet.

### 8.3 Analyseresultater for leder- og kommentarartiklene

Jeg skal nå redegjøre for *hvordan* partiene er omtalt – om omtalen er positiv, negativ eller relativt nøytral. Tabell 2 gjengir gjennomsnittet av AB-indeksene for de fire avisenes omtale av partiene på leder- og kommentarplass. Verdiene ligger mellom –100 (fullstendig negativ) til +100 (fullstendig positiv); 0 er nøytralt (se kapittel 4.6). I alt er 125 ledere og kommentarer analysert. Summen av partiomtalen blir imidlertid høyere enn 125 fordi mange av artiklene omhandler flere partier samtidig.

I tabell 2 kan vi lese at SV er den suverene vinneren – partiet er blitt best behandlet i alle avisene, og er det eneste partiet som totalt får et AB-indeks på plussiden. Alle AB-indeksene på minussiden viser at kommentatorene jevnt over er lite positive, hvilket er i tråd med Herbjørn Sørebo's utsagn om at «det negative gjerne får større oppslag enn det positive» (1970: 18). Høyre er det partiet som gjennomsnittlig får mest negativ omtale (–19), etterfulgt av Arbeiderpartiet og

Kristelig Folkeparti. Ettersom disse tre partiene inngikk i realistiske regjeringsalternativer under valgkampen, er det ikke unaturlig at de ble ekstra utsatt for mediernes kritiske overvåkning.

<b>AB-indekser (gjennomsnitt)</b>	<b>Ap</b>	<b>Høyre</b>	<b>KrF</b>	<b>Venstre</b>	<b>Sp</b>	<b>SV</b>	<b>FrP</b>	<b>Totalt per avis</b>
<b>Dagsavisen</b>	– 6	– 42	– 30	– 25	+ 5	+ 26	– 7	– 11
<b>Aftenposten</b>	– 18	+ 2	– 16	0	0	+ 5	– 33	– 9
<b>Bergens Tidende</b>	– 29	– 5	– 8	0	+ 4	+ 21	– 1	– 3
<b>VG</b>	– 13	– 25	– 6	– 14	– 9	+ 3	– 2	– 9
<b>Totalt per parti</b>	– 17	– 19	– 15	– 8	– 2	+ 12	– 8	– 8
<b>N</b>	98	54	43	21	28	34	20	

**Tabell 2: Gjennomsnittet av AB-indeksene for partiene Arbeiderpartiet, Høyre, Kristelig Folkeparti, Venstre, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Fremskrittspartiet på leder- og kommentarplass i de fire avisene. Tallene for 125 analyserte artikler er gjengitt.**

Dagsavisen er den avisen som er mest positiv til Arbeiderpartiet og mest kritisk til Høyre, hvilket er helt i tråd med avisens partihistorie. Imidlertid ligger AB-indekset for Arbeiderpartiet på minussiden, noe som ikke ville ha vært tilfelle dersom avisen fortsatt hadde vært en partiavis. Dagsavisen er også den avisen som er mest positiv til SV. Også Aftenposten er den mest positive avisen i forhold til sitt gamle parti, Høyre, og her ligger AB-indekset på + 2. Aftenposten er mest kritisk til Fremskrittspartiet. I forhold til dette partiet ville man kanskje forvente at Dagsavisen var den mest negative, tatt i betraktning Dagsavisens eksplisitte plassering på venstresiden i politikken, og det faktum at avisen skrev langt mer om Fremskrittspartiet enn Aftenposten (tabell 1)<sup>29</sup>. Bergens Tidende er fullstendig nøytral i forhold til Venstre (0), og er – sammen med Aftenposten – den avisen som behandler partiet mest positivt. Avisen er noe negativ til Kristelig Folkeparti, men langt mindre negativ enn Dagsavisen og Aftenposten – bare VG er mer positiv til partiet. Senterpartiet blir godt behandlet av Bergens Tidende, bare Dagsavisen er mer positiv. VG er svært negativt innstilt til Arbeiderpartiet og Høyre, de to partiene den tradisjonelt partiløse avisen har vært nærmest knyttet til. VG og Aftenposten utmerker seg ved å være langt mindre positiv til SV enn Dagsavisen og Bergens Tidende.

<sup>29</sup> Dagsavisen har aldri lagt skjul på sin misnøye med Fremskrittspartiet. Daværende sjefredaktør Steinar Hansson fikk oppmerksomhet i 2000 da han i en kommentarartikkel uttrykte misnøye med Fremskrittspartiets hopp på meningsmålingene. Han skrev at ved «neste valg burde vi få anledning til å bytte ut folket. Det vi har, er blitt pinlig å skilte med».

Tabell 2 viser at det er en viss sammenheng mellom avisenes tidligere partitilknytning og behandlingen av partiene på leder- og kommentarplass når man betrakter gjennomsnittresultatene. Dette gjelder imidlertid ikke VG, som heller aldri har hatt en eksplisitt partitilknytning. Sammenhengen er imidlertid ikke sterk, og det finnes mange enkeltartikler som viser stikk motsatt tendens.

Aftenpostens forhold til Høyre bærer i større grad preg av mangel på kritikk enn direkte støtte. Det er den eksterne kommentatoren Kjell Hanssen som gikk lengst i å tydeliggjøre et politisk ståsted. I kommentarartikkelen «Gjennom seier til nederlag?» (24. august) er han sterkt kritisk til den sittende Arbeiderpartiregjeringen:

Like udiskutabelt som at folk disponerer egne midler best, er det at private investeringer gjennomgående gir best avkastning og gir mest igjen til fordeling. Det stemmer ikke når Jens Stoltenberg hevder at Arbeiderpartiet er «best til å skape og best til å dele».

Hanssen argumenterer videre sterkt for Høyres store kampsak – lavere skatter og avgifter – og konstaterer at det heller ikke gir god mening

å fremstille ethvert forslag om endringer i sykelønnsordningen som et ondsinnet angrep mot dem som på forhånd har det verst. Det skal en betydelig grad av villet handlingslammelse til å for å se det slik. Men det forklarer behovet for å skifte ut dem som gjør det.

Hanssen skriver ikke hundre prosent eksplisitt at han ønsker at partiet Høyre overtar etter Arbeiderpartiet, men han benytter Høyres retorikk, og gir dermed sterk indirekte støtte til partiet. I artikkelen «Stem på en statsminister?» (5. september) er han relativt kritisk til Kristelig Folkeparti, blant annet på grunn av partiets kampanje «stem på en statsminister». Hanssens mener det er «vanskelig å tenke seg at Høyre, med en stortingsgruppe to eller tre ganger større enn Kr.F.s [...] ikke også skulle være innstilt på å ta ledelsen» i en eventuell koalisjonsregjering.

Enkelte andre av Aftenpostens egne kommentatorer har også en kritisk tone – økonomijournalist Johnny Gimmestad skrev for eksempel en kritisk kommentar til regjeringens forslag til en ny offentlig matkontroll, og hevder at «det er mye som ikke henger på greip i landbruksministerens argumentasjon» (30. august). Jeg vil imidlertid hevde at de aller fleste kommentarene og lederne, skrevet av avisens faste medarbeidere, er relativt milde i formen. Artiklene er svært analyserende, men tilkjennegir sjelden et politisk ståsted. Et eksempel er Håvard Narums kommentar «Selvrådende velgere peker nese» (6. september). Narum skriver at den siste meningsmålingen «er et tydelig tegn på at velgerne gir blaffen i om landet får en styringsdyktig regjering», hvilket kan føre til at Stortinget får en kaotisk sammensetning. «En protest mot de etablerte politikerne av et slikt omfang vi nå aner

konturene av, vil som regel ramme den sittende regjering hardest», skriver Narum, og analyserer situasjonen for Arbeiderpartiet:

En offensiv og overskuddspreget valgkampinnsats fra statsminister Jens Stoltenberg ser ut til å ha vært forgiveles. Problemet er at Ap. ikke lenger oppleves som en politisk bevegelse som folk flest føler seg hjemme i og lar seg engasjere av. Og partiet har tapt troverdighet fordi velgerne oppfatter budskapet som tvetydig i kjernespørsmål som sykelønn og barnehagesatser.

Narum påviser at Arbeiderpartiet har mistet sitt velgertekke, hvilket er negativt for partiet, og for å forklare situasjonen forsøker han hele tiden å redegjøre for hvordan *velgerne* oppfatter situasjonen. Narum tilkjenner ikke noen synspunkter i forhold til partiet som sådan, han forsøker kun å tegne et bilde av den aktuelle situasjonen. Dette danner et negativt bilde av partiet, men det er negativt fordi velgerne ikke lar seg fenge – *ikke* fordi Narum uttrykker misnøye med partiets politikk.

Politisk redaktør Harald Stanghelle gjør noe av det samme i kommentarartikkelen «Den vanskelige lettstyrtheten» (8. september), der han forsøker å forklare hvorfor «Arbeiderpartiet kommer til å gjøre sitt dårligste valg siden partisplittelsene herjet 1920-årenes arbeiderbevegelse». Han tar utgangspunkt i den historiske utviklingen av samfunnet, blant annet reduksjonen av tradisjonelt Ap-vennlige velgergrupper som industriarbeidere, småbrukere og fiskere, og mener at Ap har hatt problemer med å omstille seg.

Jens Stoltenberg er statsministeren som driver frem tunge administrative reformer, uten et innhold som skaper begeistring, gjenkjennelse eller fremtidstro hos folk flest. Reformene som skal fornye og effektivisere politiet, forsvaret, sykehusene og Statoil er avgjørende samfunnsveivalg, men er hverken synlige eller mobiliserende for velgerfolket [...] Sosialdemokratiets politiske krise forsterkes av det andre av denne valgkampens mest tydelige trekk: Ingen forlanger lenger at partiene skal sannsynliggjøre at de kan etablere et stortingsflertall bak seg selv og sine valgkampforslag.

Stanghelle forsøker å gi svar på hvorfor det går dårlig med Arbeiderpartiet. Reformene partiet gjennomfører er «avgjørende samfunnsveivalg», likevel blir ikke velgerne begeistret. Dette er en analyse av Arbeiderpartiets velgerappell, og i mindre grad en vurdering av partiets politikk.

Harald Stanghelle svarer dette på mitt spørsmål om Aftenpostens analyserende form er et bevisst valg:

Både og. Det som *er* en bevisst kommentarpolitikk, er å prøve å arbeide frem gode analyser av et parti, en politisk sak eller en politisk situasjon. Da vil det nødvendigvis bli relativt nyansert. Det enkleste i verden er å si at «dette er iskaldt» eller «genialt» eller hva man prøver å klistre på som merkelapp. Men det er som regel dårlig analyse. Her har vi hatt en mye mer analytisk tradisjon, selv om du finner mange ledere i Aftenposten som har veldig klare meninger. Jeg kan godt meg tenke meg at i de lederne du har gått igjennom før et valg vil du finne mye analytisk tilnærming, det er nok riktig (Stanghelle 2003 [intervju]).

Dagsavisen går mye lenger i å tilkjennegi politiske synspunkter enn Aftenposten. Et eksempel på dette er kommentarartikkelen «Høyres iskalde budskap» (22. august), skrevet av politisk redaktør Arne Strand. Strand er sterkt kritisk til et parti som «konsentrerer hele sitt politiske budskap om kutt i offentlige utgifter for å få plass til store skattelettelser»:

I årets valgkamp er Høyre politisk krympet til et uskjønt økonomisk, liberalistisk parti som ikke engang gjør forsøk på å tale til velgernes hjerne og hjerte. Høyre ber velgerne tenke med lommeboka – ikke med hodet – når de skal stemme 10. september. Det er usosialt av Høyre å kutte i sykelønnsordningen for å finne plass til kutt i toppskatten, og det er ekstremt egoistisk å kutte bistanden til verdens fattige for å få fjernet noen norske avgifter.

Her er det ingen forsøk på å legge kritikken mellom linjene. Strand benytter vurderinger som «iskaldt», «usosialt» og «ekstremt egoistisk» om Høyres politikk; budskapet er tindrende klart.

I lederartikkelen «Lars Sponheim skremmer ingen» (20. august) er det Venstre som får gjennomgå. Venstre-leder Lars Sponheim har truet med å trekke seg som leder dersom partiet ikke blir representert på Stortinget. «Sponheim tror åpenbart at landets velgere vil føle et stort savn dersom den gamle Ulvik-ordføreren ikke blir gjenvalgt på Stortinget», skriver Dagsavisen – som ikke er av samme oppfatning:

Dagens Venstre er et parti uten brodd, der tradisjonelle sosialliberalistiske verdier er skjøvet i bakgrunnen. Sponheims forpliktelse til både en sentrumsregjering og en Høyre-, KrF-, Venstre-regjering, viser hvilken uklar linje partiet nå har. Vi tror derfor ikke velgerne vil savne verken Venstre eller Lars Sponheim etter valget den 10. september.

Dagsavisen har imidlertid ingen problemer med også å kritisere Arbeiderpartiet. I minilederen «Glemte løfter» (20. august) står det følgende:

«Arbeiderpartiet holder det vi lover». Utsagnet er Jens Stoltenbergs og er blitt en av statsministerens faste fraser i valgkampen. Vi tror ikke Ap er verre enn andre partier, men neppe bedre enn sine motstandere heller. Dagsavisen viste lørdag hvordan Ap har ignorert løftet om å utvide foreldrepermisjonen til to år. Eksempelet er ikke enestående og bør føre til løftemoderasjon før valget.

De fleste leder- og kommentarartiklene i Dagsavisen er imidlertid positive til Arbeiderpartiet, og SV blir meget godt behandlet. Kristelig Folkeparti får en del kritikk, blant annet fordi partiet har åpnet for et samarbeid med Høyre. Partiets syn på homofile får også kritikk, blant annet i lederartikkelen «Bibelsyn og fordommer» (27. august):

KrFs syn på homofili bygger på en overbevisning om at det er i strid med Bibelen å leve ut en homofil legning. Dette er et verdistandpunkt som gir legitimitet til å se på homofili som noe mindreverdige og uønsket, og som derfor bygger opp under fordommer.



Tonen i kritikken mot KrF er mindre krass enn tonen mot Høyre. Dette skyldes antagelig at Dagsavisen tok til orde for en koalisjonsregjering mellom Ap, SV og Sp, gjerne med støtte fra KrF (se kapittel 8.4). Det later til å være KrFs mulige samarbeid med Høyre som bekymrer Dagsavisen mest.

Politisk redaktør Arne Strand sier at

våre kommentarer speiler jo det avisen står for. Både i konklusjon, tilnærming og analyse vil vi ligge der vi mener vi bør ligge i forhold til programmet vårt (Strand 2003 [intervju]).

Jeg vil hevde at leder- og kommentarartiklene i Bergens Tidende har en skarpere tone enn i Aftenposten, men enn noe mildere tone enn i Dagsavisen. Bergens Tidende markerte seg som motstander av Arbeiderpartiet under valgkampen i 2001. Riktignok mente avisens skribenter at Jens Stoltenberg var en dyktig retoriker – i hvert fall sammenlignet med Høyres Jan Petersen – men avisen la lite skjul på sin misnøye med partiet. I lederartikkelen «Dramatikk i innspurten» (7. september) omtaler avisen en meningsmåling som viser «et Arbeiderparti som stuper mot et historisk lavmål»; partiet må kanskje «være glad til om de kommer i nærheten av 25 prosent oppslutning»:

Jens Stoltenberg vil i så fall ha gjort et skandaløst dårlig valg. I dag vil han ikke snakke om hvor smertegrensen går, og det forstår alle. Men folk forstår minst like godt at med et valgresultat på rundt 25 prosent så vil Stoltenbergs dager som statsminister være talte.

Det kan landet leve godt med. I Gerhardssens dager – og noe senere – kunne Arbeiderpartiet skremme velgerne med at dersom de borgerlige overtok, så ble det kaos. Slik er det ikke lenger. Thorbjørn Jagland kastet selv kortene fordi han ikke maktet å styre, og overlot styringen til sentrum og Kjell Magne Bondevik. Det gikk som vi vet over all forventning, og ingen kan si at regjeringen Bondevik ble kastet fordi den ikke gjorde jobben. Tvert om, den ble kastet fordi den ble en så stor suksess at verken Ap eller Høyre så seg tjent med å holde liv i den.

Budskapet i artikkelen er relativt åpenbar: Bergens Tidende ønsker seg en ny sentrumsregjering. Den forrige sentrumsregjeringen var en suksess, Jagland, derimot, maktet ikke å styre. Denne lite nyanserte historiske fremstillingen er åpenbart farget av avisens politiske ståsted.

Lederartikkelen «Ap-regjeringa og miljøet» (31. august) konstaterer at Arbeiderparti-regjeringen «ikkje er til å lita på i miljøspørsmål».

Denne valkampen har mellom anna vore kjenneteikna av at miljøsakene har vore nesten fråverande. Det vann Arbeidarpartiet og Høgre på, for begge partia slit med eit langt synderegister og eit dårleg miljøprogram.

Bergens Tidende kunne også kritisere Kristelig Folkeparti, men – i likhet med Dagsavisen – dreide denne kritikken seg først og fremst om partiets åpning for et

samarbeid med Høyre. I lederartikkelen «Troverdighet» (29. august) lurte Bergens Tidende på om «all medgangen er i ferd med å bedøve Kjell Magne Bondeviks ellers så sikre politiske instinkter?»

Det hender vi lurte på det. Vi lurte i sommer, da han plutselig skapte tvil om sentrumskameratenes sjanse til å forbli på Stortinget. Den dårlig skjulte hensikten var å signalisere vilje til å til subsidiært å samarbeide med Høyre [...] Ved å si det rett ut, skapte han ekstra problemer for Sp og Venstre. Og for KrF. Tabben førte til at folk begynte å tro at de kunne stemme på Høyre og få Bondevik som statsminister. Det sliter KrF fortsatt med på målingene.

Bergens Tidende er også bekymret for at Bondevik ikke mener at gasskraftsaken skal stå i veien for en ny sentrumsregjering; avisen synes ikke det er noen god idé å få svekket troverdighet i miljøpolitikken:

Som kjent gikk Kjell Magne Bondeviks regjering av i mars i fjor fordi Høyre og Ap vedtok svekkelser i forurensningsloven som gjør det lettere å bygge forurensende gasskraftverk i Norge. Denne pinlige operasjonen har vært en klamp om foten for Jens Stoltenberg hver dag siden.

Jeg mener denne artikkelen argumenterer, mer eller mindre indirekte, for opprettelsen av en sentrumsregjering. Samtidig benytter lederskribenten muligheten til å karakterisere Arbeiderpartiets gasskraftpolitikk som «pinlig».

I kommentarartikkelen «Når Sponheim vil på tv» (21. august) omtaler politisk redaktør Olav Kobbeltveit Venstre-leder Lars Sponheims forbitrelse over å bli utestengt fra fjernsynsdebatter. Kobbeltveit har liten sans for Sponheims klaging:

[I]nne i hovudet til Sponheim er dette blitt til ein svær konspirasjon, der mediene hjelper Arbeidarpartiet til å holde på makta. Det er ein overreaksjon som må tilskrivas Sponheims vonbrot over å bli nekta plass i tv-debattane, truleg i ein ulukkelig kombinasjon med eit Venstre under sperregrensa.

Kobbeltveit er imidlertid lite fornøyd med at Venstre ikke fikk delta i en fjernsynsdebatt om regjeringalternativer i Griegshallen: «Det tyder på slett dømmekraft», mener han, «ein allmennkringkastar bør ha såpass respekt for publikum at han gir sann opplysning om, og ein rimeleg sjanse til, dei politiske grupperingane som stiller til val». Til tross for at Kobbeltveit kritiserer Sponheim for å klage, er han enig i at det bør bli lettere for små partier – deriblant Venstre – å få delta i fjernsynsdebatter.

Tidligere politisk redaktør i Bergens Tidende, Olav Kobbeltveit, sier at avisens kommentatorer kan gå langt når det gjelder å offentliggjøre egne politiske preferanser:

De har ganske stor frihet. Det hender jo faktisk at de går på tvers av det som har stått på lederplass. Det er ikke alltid vi er like begeistret for det, men det blir ikke slått hardt ned på. Det forplikter – og skal koste litt – å stå i en liberal tradisjon. I det daglige blir det ikke ansett som noe stort problem (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Mange av leder- og kommentarartiklene i VG har en analyserende og relativt nøytral form, som i Aftenposten. Det hender imidlertid at avisen tilkjennegir et politisk ståsted. Avisen har liten sans for Dagsavisens kampsak – en regjering bestående av Arbeiderpartiet, Senterpartiet og SV. I lederartikkelen «Håpløs allianse» (5. september) – illustrert med en karikaturtegning av Kristin Halvorsen som sitter på Jens Stoltenberg og skriker «flere sosionomer», samt Sp-leder Odd Roger Enoksen som ønsker seg «breiband tel distriktan» – konstaterer VG at «dette er ikke egnet som politisk grunnlag for å styre landet»:

Arbeiderpartiet ville gå seg fast i en hengemyr dersom det bandt seg til et varig samarbeid med Senterpartiet og SV. Det ville sette bråbrems på den helt nødvendige modernisering av offentlig sektor som landet trenger. Det sier også sitt at både SV og Sp går inn for at Norge skal tre ut av EØS-samarbeidet. Standpunktet er hårreisende feilaktig. Det viser at de to partiene på vesentlige samfunnsområder går inn for å skru klokken tilbake på en måte som er livsfarlig for norsk økonomi, men heldigvis også umulig å gjennomføre [...] Vi mener at grunnlaget for å styre landet de neste fire år ligger i politiske kompromisser mellom Ap, Kristelig Folkeparti og Høyre. Valget og det nye Stortinget må gi svar på hva slags regjering vi får. Men politikken må i det vesentlige finnes i skjæringspunktet mellom disse tre partiene.

Dette er relativt klar tale. I kommentarartikkelen «Alle vil ha bruden», skrevet av VGs politiske redaktør Olav Versto (8. september), gjentas dette ønsket:

Fraværet av store partier og den oppsplitting i flere partier som vi kanskje blir vitne til, er etter min mening svært uheldig for landet. Jeg skulle ønske at Arbeiderpartiet forble stort. Og jeg vil gjerne ha et stort Høyre og/eller Kristelig Folkeparti. Store partier gir større styringsdyktighet og mer ansvarlighet.

VG begrunner altså sin støtte til Arbeiderpartiet, Høyre og Kristelig Folkeparti med at dette er ansvarlige partier med styringsdyktighet. VG har imidlertid ikke noe problem med å kritisere disse partiene når avisen finner det naturlig. Høyre markerte seg som et skoleparti under valgkampen, og VG la partiets skolepolitikk under lupen. Avisen fant flere triste skoleeksempler fra Høyre-styrte byer, noe Marie Simonsen kommenterer i artikkelen «Råtten politikk» (29. august). Hun tar utgangspunkt i Trondheim, der VG har funnet en skole beheftet med muggsopp, asbest og syke elever:

At byen er Høyre-styrt, gir ekstra grunn til bekymring. Knappt noe parti er mer opptatt av å heve standarden i den norske skolen – og det kan se ut som partiet snakker av egen erfaring. Når Høyres skolepolitiske talsmann, Inge Lønning, kaller det en unntakstilstand, tar han feil. Dette er svært mange skolers tilstand, viser VGs undersøkelse. Unntakene er heller skolene som holder en anstendig standard.

Språket i denne kommentaren er relativt moderat, men Høyres skolepolitikk får en smekk over fingrene. VG var også lenge bekymret over at Høyre-leder Jan Petersen

stadig gjorde en dårlig figur i fjernsynsdueller. «Høyre møter motvind», konstaterer Arve Øverby i en kommentar (21. august):

Det er i grunnen ganske utrolig hvor fomlete Jan Petersen har optrådt i disse duellene. Hverken i skatte- og avgiftsdebatten eller når det gjelder sykelønnsordningen, har han maktet å klargjøre partiets politikk på en troverdig måte for velgerne. Etter å ha fått fire sjanser mot Jens Stoltenberg til å forklare Høyres syn på sykelønnsordningen, maktet han likevel ikke å avvæpne Stoltenberg.

Denne kommentaren kan tolkes som en viss frustrasjon over at Høyre – som burde ha gode forutsetninger for å kunne gjøre et godt valg – ikke benytter sjansen. «Etter års vandringer i skyggen av makten, burde Høyre hatt god tid til å skreddersy sine politiske budskap. Det har de ikke gjort», skriver Øverby. Kommentaren retter seg ikke mot innholdet i Høyres politikk, men på måten denne politikken fremlegges for velgerne på. Denne typen analyserende kommentarer ligner mye på kommentarene i Aftenposten, selv om Aftenpostens kommentarer i enda større grad holdt en nøytral stil. Når det gjelder sykelønssaken, slår Høyre senere hardt tilbake mot Arbeiderpartiet. Dette er nærmere omtalt i kapittel 9.

I kommentarartikkelen «Sps og Venstres nedtur» (22. august) omtaler Arve Øverby de to partienes nedtur på meningsmålingene. Artikkelen er skrevet svært nøytralt og analyserende, men han mener at partiene selv har skyld i at de ikke har gjort seg politisk interessante. Øverby later heller ikke til å mene at det er noen katastrofe om de to sentrumpartiene blir borte:

Det er nemlig ingen hemmelighet at mange mener at norsk politikk vil være tjent med at både Sp og Venstre blir borte fra den politiske hovedscenen. Da vil det politiske landskapet bli både mer oversiktlig og ryddig. Alternativene blir klarere. Sp og venstre har i så fall bare seg selv å takke.

VGs politiske redaktør Olav Versto sier dette om avisens kommentarjournalistikk:

Når en kommentator skriver en signert artikkel, er vi veldig romslige, det er høyt under taket. Det er også lov å kritisere VG i VGs spalter. Men det må selvfølgelig være relevant, og det må ha en interesse hos leserne, det krever vi. Og så man jo holde seg innenfor god folkeskikk og norsk lov. Utover det har en stor frihet, og vi liker skarpe penner og spisse, sindige formuleringer. Men det må jo være basert på kunnskap (Versto 2003 [intervju]).

## 8.4 Lederartiklene på valgdagen

Så lenge vi har kommentar- og lederartikler, forsøk på politisk mening, analyse og veiledning, synes jeg at hver avis skal gjøre seg opp en mening foran et valg om hvilket parti avisen støtter; gi en klar anbefaling om hva det er riktig at leserne skal stemme og velge, uten at de skal drive rene kampanjer. Det har man for eksempel i Amerika og England, hvor avisene har en mye lengre tradisjon med å ikke være tilknyttet partier. De gjør det hver gang. Og det hender de skifter parti (Steinar Hansson, tidligere redaktør i Dagsavisen. Sitert i Barstad 2000: 23).

Valgdagen er den siste muligheten avisene har til å forsøke å påvirke lesernes stemmegivning, dersom de ønsker det, og jeg vil derfor foreta en analyse av lederartiklene i de fire avisene i mitt utvalg valgdagen 10. september 2001.

Lederen i Dagsavisen – «Stem mot et Høyre-styre» – var den mest eksplisitte i mitt avisutvalg. Artikkelen begynner med å fastslå at valgkampen har vært spennende, og lederskribenten oppfordrer alle til å benytte stemmeretten. Videre oppsummerer artikkelen enkelte saker som har vært debattert, og skriver at det «begynte som en ren skattedebatt med Høyre som det ledende partiet. Etter hvert har heldigvis også langt viktigere spørsmål kommet i sentrum for debatten», noe som «gir håp om at høyresidens partier likevel ikke gjør et så godt valg som de lå an til ved innledningen til valgkampen». Avisen konstaterer videre at ingen av de tre regjeringalternativene som er lansert – Ap, sentrum og en regjering med Høyre – vil få flertall i Stortinget, og partiene er nødt til å inngå kompromisser for at landet skal få en styringsdyktig regjering:

Vi ønsker at Ap, SV og Sp til sammen får flertall på Stortinget. Dermed er grunnlaget til stede for etableringen av en historisk sentrum-venstre-koalisjon i Stortinget [...] Det beste ville være om også KrF kunne slutte seg til en bred venstre-sentrum-koalisjon etter valget.

Artikkelen avsluttes med et klart formulert råd til leserne:

Det verst tenkelige utfallet av valget er en Høyre/Krf-regjering som blir avhengig av støtte fra Frp. En slik regjering vil innlede den sterkeste høyredreining i norsk politikk etter den andre verdenskrig. *Vi vil så sterkt vi kan oppfordre våre lesere om å stemme slik at valget ikke resulterer i en Høyre-ledet regjering*» (min kursivering).

Bergens Tidende velger i artikkelen «Aps nye status» å ta et kraftig oppgjør med Arbeiderpartiet. «Med mindre velgerne i dag gjør skam på alle meningsmålingene, så har Arbeiderpartiet mistet sin status som vårt store, statsbærende parti. Kanskje gir det slipp på arrogansen i samme slengen?», står det i ingressen alle lederartiklene i Bergens Tidende er utstyrt med. Avisen påpeker at valgkampen har vært spesiell fordi det politiske landskapet har forandret seg og Arbeiderpartiet – «Ørnen»<sup>30</sup> blant partiene – har fått redusert sin størrelse. Det stilles spørsmål ved hvordan dette kunne skje, ettersom partiet har «en av de dyktigste og mest taleføre frontfigurene, som bare Kjell Magne Bondevik i sine beste stunder er i stand til å hamle opp med». Avisen konstaterer at Jens Stoltenberg likevel ikke har maktet å skape fremgang for Ap. Dette er en dårlig ting for Arbeiderpartiet, men ifølge Bergens Tidende kan det

---

<sup>30</sup> Også Dagsavisens sjefredaktør Hilde Haugsgjerd kaller Arbeiderpartiet for «Ørnen» i en kommentarartikkel 8. september 2001.

ses på som en god ting. For det forteller oss at velgerne ikke er så dumme at de via tv-skjermen lar seg sjarmere til å stemme på et spesielt parti. Dersom de er uenige i politikken, så hjelper det altså ikke med en populær og «flink» kommunikator. I dette tilfellet må vi konstatere at folk flest er lei av/uenig med det sittende regjeringspartiet.

Avisen håper at Arbeiderpartiet, etter å ha steget ned fra «pideestallen», legger av seg

den arrogansen som har preget partiet til det siste. Vi forventer ikke ydmykhet, det vil være å kreve for mye. Men en smule holdningsendring må være mulig. Hittil har partiet oppført seg som Venstre i mellomkrigstiden, da partiet gikk konsekvent tilbake ved alle valg, men styrte videre som om ingenting hadde hendt.

Artikkelen avsluttes med en konstatering av at det er sunt både for Ap og for politikken at partiet «må innrette seg i et landskap der partiet ikke lenger har en særstilling». Ingen andre partier er nevnt i artikkelen, den inneholder heller ikke noen oppfordring om å bruke stemmeretten.

Olav Kobbeltveit, som var politisk redaktør i Bergens Tidende fra 1995 til 2003, husker ikke i dag hvilke overveielser som lå bak denne lederartikkelen.

Jeg tror vi ville ha kvidd oss for å skrive «stem på Venstre», for eksempel, eller «stem på Senterpartiet», «stem på KrF». Men det kan hende at vi syntes det var opportunt å «ta» Arbeiderpartiet denne dagen; at vi syntes det var passende å gi dem et spark (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Lederartikkelen i Aftenposten – «Viktige stemmer i forvirrende valg» – nevner ikke et eneste parti eksplisitt. Artikkelen har som utgangspunkt at mange velgere er i tvil om hvilket parti de skal stemme på, hvis de i det hele tatt vil stemme. Årsaken til dette kan være at regjeringalternativene er svært uklare, mener avisen. «Samtidig forteller meningsmålingene at det i noen fylker og for enkelte partier er så små marginer at det er riktig å si at hver eneste stemme kan få avgjørende betydning for valgresultatets helhet». Avisen konstaterer at de som ikke bruker stemmeretten ikke har noen angrefrist, og forsøker gjennom hele artikkelen å forklare betydningen av at alle stemmeberettigede utfører sin borgerplikt. Samtidig kritiserer avisen de politiske partiene for å ha gjort valget vanskelig.

Det er ikke visjoner og forsøk på å trekke opp de lange linjene i samfunnsutviklingen som har preget debatten. Vår økonomiske handlefrihet representerer helt usedvanlige muligheter til å utforme en politikk for en langsiktig utvikling av det norske samfunn. En slik politikk ser vi få spor av i debatten som har preget den drøyt én måned lange valgkampen.

Artikkelen påpeker at meningsmålingen gir grunn til å tro at vi får «et storting som er sammensatt slik at det blir enda vanskeligere å samle et flertall om en helhetlig politikk», noe Aftenposten mener er uheldig.

Mange mellomstore partier er selvsagt ingen politisk katastrofe i et land der det er så stor enighet om de mest sentrale verdier og veivalg at det politiske sentrum omfatter nesten alle de viktigste

partiene. Men selv i et land med så liten politisk, kulturell, demografisk og kulturell oppsplitting som vårt, er det viktig at vi styres av regjeringer som har tyngde nok til å føre en langsiktig politikk. *Derfor behøver vi da også partier som har tradisjon for å føre en helhetlig politikk som tyngdepunkter på begge sider av den politiske midtlinjen* [min kursivering].

«Les Høyre og Arbeiderpartiet», skrev Per Edgar Kokkvold som en kommentar til den kursiverte setningen i sitatet ovenfor (Kokkvold 2001). På spørsmål om dette er en riktig tolkning, svarer politisk redaktør Harald Stanghelle «ja, det tror jeg» (2003 [intervju]). Videre sier han dette om lederartikkelen på valgdagen:

Det er en del av min jobb å sørge for at det er en viss langsiktighet og gjenkjennelighet i det Aftenposten gir uttrykk for på valgdagen. Det betyr at hvis vi går sterkt ut og mener noe i februar, så skal vi ikke innta det stikk motsatte standpunktet i mars. Vi er ganske mange som skriver ledere her – tre-fire som relativt ofte skriver ledere om norsk politikk. Da er det viktig at det er en slags langsiktig linje bak. Ulempen ved å støtte ett politisk parti – og si til velgerne at det bør dere gjøre – er at da ville jeg følt meg forpliktet til å forsvare det partiet når det kom i posisjon. Det mener jeg er en del av redeligheten bak å velge ett bestemt politisk alternativ. Det andre er at før valget i 2001 var det en ganske kaotisk situasjon når det gjaldt hva man skulle stemme på. Man hadde et sentrumsalternativ, som til en viss grad kunne være realistisk. Man hadde et Høyre som hadde brukbare målinger, i hvert fall godt over 20 prosent, men som ingen før valget ville samarbeide med i regjeringssposisjon. Man hadde et Frp som ingen ville i regjeringssposisjon med, og man hadde et Arbeiderparti som meningsmålingsmessig lå så lavt at det var helt urealistisk at de ville overleve valget. Det var ikke akkurat klare alternativer, og det var nok også en av grunnene til at vi formulerte oss sånn på valgdagen – det er viktig med partier som tenker helhet, som blir bærebjelken i alternativene uansett hvilket alternativ det blir (Stanghelle 2003 [intervju]).

Lederartikkelen i VG – «Godt valg!» – ligner på lederen i Aftenposten; heller ikke i denne artikkelen nevnes et eneste politisk parti eksplisitt. Hovedbudskapet i VGs artikkel er at folk må benytte stemmeretten sin. «En valgdeltagelse ned mot 60 prosent ville være et nederlag for demokratiet og politisk virksomhet». I likhet med Aftenposten fastslår VG at valget er vanskelig, valgkampen «har ikke i tilstrekkelig grad maktet å klargjøre de politiske veiskillene mellom partiene». Likevel håper avisen at velgerne ikke demonstrerer sin misnøye ved å sitte hjemme, noe VG mener er

en dårlig måte å protestere på [...] Vårt ønske er at hjemmesitterpartiet gjør det dårligst av alle i dag, og at vi dermed viser at vi bryr oss om demokratiets betydning og utviklingen av samfunnet.

Politisk redaktør i VG, Olav Versto, sier at det ikke er tradisjon for at VG gir råd om partivalg til sine lesere, heller ikke i lederartikkelen på valgdagen. Bak dette ligger det et ønske om å nå så mange lesere som mulig:

Husk at vi er landets desidert største avis, vi blir lest fra Lindesnes til Nordkapp, og vi vil ha alle partiers velgere som våre lesere. Det er ikke naturlig for oss å gi råd om stemmevalg. Men når det gjelder de politiske *sakene* er vi markerte og klare (Versto 2003 [intervju]).

Lederartiklene i Dagsavisen og Bergens Tidende er svært ulike lederne i Aftenposten og VG. De to sistnevnte avisene unnlater å fremheve bestemte partier eksplisitt, og hovedbudskapet er kun at folk skal benytte stemmeretten – uansett hvilket parti de velger å stemme på. Dermed fremstår de som svært nøytrale, selv om det ligger implisitt i Aftenpostens leder at avisen helst ser at store partier som Arbeiderpartiet og Høyre får mange stemmer. I VGs leder er det – både eksplisitt og implisitt – vanskelig å finne noen partianbefaling.

Dagsavisen advarer leserne mot en regjering bestående av Høyre og Kristelig Folkeparti, som får støtte av Fremskrittspartiet. Avisen tilkjennegir dermed åpent et politisk ståsted, som kan plasseres på venstresiden av den politiske aksen – motstanden mot Høyre og Fremskrittspartiet er utvetydig formulert. I partipressens dager ville avisen oppfordret sine lesere til kun å stemme Arbeiderpartiet, men i 2001 skriver avisen at «[v]i ønsker at Ap, SV og Sp til sammen får flertall på Stortinget». Avisen mener det også ville være bra om KrF deltok i en regjering sammen med disse tre partiene, fordi regjeringen dermed blir sterk og samtidig preget av politikkenes venstreside. Dagsavisen fremhever ikke Arbeiderpartiet fremfor SV og Sp, men viser med all tydelighet at avisen foretrekker partiene på venstresiden; Arbeiderpartiet inkludert. Politisk redaktør Arne Strand sier dette om lederartikkelen:

*Dere var ikke redde for å være så eksplisitte?*

Nei, vi er ikke redde for det, men også blant våre lesere er det mange Høyre-folk og Fremskrittparti-folk. Vi hører jo fra dem at de reagerer når vi skriver sånt. Men majoriteten av våre lesere ligger nok innenfor dette sentrum-venstre-segmentet som vi snakker om [...]

*Selv om det ikke står eksplisitt hos dere, ligger det i det dere skriver en oppfordring om å stemme på venstrepartiene?*

Ja. Forrige gang hadde vi også den muligheten at man kunne stemme på sentrumpartiene, det lå jo der som et alternativ, selv om det gikk i stykker før valget. Det vi ikke ville ha, var en regjering som var høyreorientert [Strand 2003 [intervju]].

I tidligere tider ville Bergens Tidende ha favorisert Venstre – og kanskje også KrF og Sp – i sin lederartikkel på valgdagen. I 2001 unnlot avisen å nevne disse partiene, og brukte plassen kun på Arbeiderpartiet. Artikkelen kan umiddelbart fremstå som en relativt nøytral analyse av Arbeiderpartiets problemer, men ordbruken indikerer raskt at Bergens Tidende er negativt innstilt til partiet. Partiet beskyldes for å være «arrogant», det har opptrådt som et rovdyr («Ørnen blant partiene»). Avisen skriver at Stoltenberg er en god kommunikator, men det hjelper heldigvis ikke fordi det er *politikken* det er noe galt med. Ap må komme ned fra «pidestallen». En pidestall er en sokkel for statue eller byste, og lederskribenten mener altså at Arbeiderpartiet føler at det har hatt en opphøyd plass innenfor norsk politikk, noe som har gjort det til et



arrogant parti. Derfor etterspør Bergens Tidende en «holdningsendring». Avisens misnøye med Ap gjennomsyrrer artikkelen – ikke bare på grunn av *politikken* partiet fører, men også på grunn av den *arrogansen* avisen mener å kunne påvise. Artikkelen inneholder ingen oppfordring om å bruke stemmeretten, noe som skiller den fra de tre andre lederartiklene.

## 8.5 Vurderingen av fjernsynsdebattene

Alle avisene i mitt utvalg vurderte forskjellige fjernsynsdebatter politikerne deltok i, og dette er en form for kommentarjournalistikk jeg nå skal se nærmere på. VG vurderte 11 debatter, Dagsavisen 6; Aftenposten og Bergens Tidende vurderte 5. Jeg har inndelt kommentarene i tre kategorier i forhold til partiene – *positiv*, *negativ* og *middels*. Det er kun VG og Bergens Tidende som har gitt terningkast, Aftenposten og Dagsavisen har bare vurdert debattene skriftlig. Min kategoriseringsmetode er nærmere beskrevet i kapittel 4.7. Resultatene for alle partier – bortsett fra RV og Kystpartiet, som kun deltok i tre av de analyserte debattene – er gjengitt i vedlegg 5.

I vurderingen av fjernsynsdebatter er det i stor grad politikernes *image* som blir vurdert – faktorer som blant annet retoriske evner og personlighet. Bergens Tidende unnlater å gjøre dette til et problem ved å gi alle partier separate karakterer for «stil» og «innhold». På den måten forsøker de å skille substansen fra «innpakningen». De andre avisene, derimot, blander både stil og innhold, og resultatet blir – i tråd med Richard Sennetts kritikk – et sterkt fokus mot politikernes *personlighet* (se kapittel 3.7).

Vedlegg 5 viser at SV er den suverene vinneren av fjernsynsdebattene, ifølge avisenes kommentatorer – 53 prosent av debattene ble vurdert som positive. Aftenposten vurderte SV som positiv i 100 prosent av alle debattene, hvilket er mer enn noen av de andre avisene. Dagsavisen fulgte etter 60 prosent positiv omtale. Bergens Tidende var mest negativ til partiet. Jeg ser nærmere på omtalen av SV i kapittel 9.

Høyre fikk den nest høyeste andelen positiv omtale, 25 prosent. Det er overraskende at det er Dagsavisen som forholder seg mest positiv til Høyre, 80 prosent av fjernsynsvurderingene er positive til partiet. Et eksempel på sterk uenighet mellom avisene i forhold til Høyres opptreden, er skattedebatten i TV2s *ValgHolmgang* 21. august. Neste morgen skriver Dagsavisen at «Per-Kristian Foss

vant tøff tv-debatt». Foss skal blant annet ha vært «på hjemmebane i debatten», han «var klar og entydig da han tok ordet», og han «avslørte Aps brutte skatte- og avgiftsløfter». VG, derimot, gir Foss terningkast 2 og skriver: «Dette burde vært Foss' hjemmebane. Han fikk den ene lissepasningen av programlederen etter den andre, men tok aldri ballen. Sliten allerede?» Debatten er ikke vurdert i Aftenposten og Bergens Tidende.

Venstre får totalt positiv omtale for 20 prosent av fjernsynsopptredene. Igjen er Dagsavisen mest positiv (33 prosent positiv omtale), Aftenposten og Bergens Tidende følger etter med positiv omtale i 20 prosent av debattvurderingene. Dagsavisen overrasker igjen ved å også være den mest positive avisen i forhold til Fremskrittspartiets fjernsynsopptredener (40 prosent positiv omtale, men 0 i opinionsbalanse). Etter debatten om eldre i *ValgHolmgang* på TV2 28. august, skriver Dagsavisen at «Alvheim vant eldredebatt» – han «framsto som vanlig bitter og indignert på de eldres vegne, men virket troverdig, i en debatt som handlet mye om enkelttilfeller». Ifølge VG, som gir Alvheim terningkast 2, ble han «kritisert for igjen å servere en flom av trøste- og bærehistorier». Han fikk «problemer med å vise at hans engasjement får gjennomslag i Frps politikk». Debatten ble ikke vurdert i Aftenposten og Bergens Tidende.

Kristelig Folkeparti fikk, i likhet med Fremskrittspartiet totalt 17 prosent positiv omtale for fjernsynsdebattene. Aftenposten, Dagsavisen og Bergens Tidende var svært fornøyd med partileder Valgerd Svarstad Hauglands innsats i den avsluttende partilederdebatten på NRK 7. september. Ifølge Aftenposten var hun «offensiv og god», og «god i flere replikkvekslinger med Petersen og Jagland». Dagsavisen skriver hun leverte «klar tale», og fremsto «annerledes enn resten av panelet. Har friskhet og engasjement». Bergens Tidende trår til med karakter 6 for både stil og innhold, og kårer KrF-lederen til «debattens vinner og store overraskelse». VG er ikke enig i dette, og utleverer terningkast 2: «Kristelig Folkeparti skulle hatt Bondevik der! Valgerd rotet. Hun forsøker riktignok å være mer konkret enn Bondevik, men det blir for usammenhengende», mener kommentatorene.

Arbeiderpartiet får totalt 16 prosent positiv omtale og 20 prosent negativ omtale. Dagsavisen gir ikke Arbeiderpartiet positiv vurdering én eneste gang, VG gir 30 prosent positiv omtale. Bergens Tidende er mest kritisk til partiet med 40 prosent negativ omtale. Avisene er ikke enige om hvordan de skal tolke Jens Stoltenbergs innsats under den avsluttende partilederdebatten på NRK 7. september. VG gir

terningkast 5 og skriver at Stoltenberg «holdt det samme høye troverdige nivå som tidligere i valgkampen». Han var «glimrende da han påpekte at vi må effektivisere offentlig sektor», og «drivende god i debatten om gasskraft». Dagsavisen gir en mer middelmådig kritikk og skriver at Stoltenberg «virket noe sliten, men fortsatt offensiv». Han var «initiativløs i den første delen av debatten. Kom seg etter hvert» Han er «klar i argumentene, men sliter med å motivere velgerne». Aftenposten er relativt fornøyd med Stoltenbergs innsats, han «turnerte kontant alle invitasjoner til å debattere smertegrense», og klarte igjen å «bringe Petersen over på defensive i skattedebatten». Bergens Tidende, derimot, mener at Stoltenberg er «blek og medtatt», og serverer karakteren 2 for stil og 3 for innhold. Det så ut som Stoltenberg «slet med hvert initiativ og replikk, han «lot seg stanse av programlederne og snøvlet tidvis», men hadde «tilløp til gode visjoner mot slutten».

Denne gjennomgangen av enkelte vurderinger av fjernsynsdebatter viser at kommentatorene stundom har svært ulike meninger om politikernes opptreden. Ettersom det ikke finnes noe fasitsvar for hvordan man skal bedømme en fjernsynsdebatt, der alt fra rent personlige egenskaper til vektige argumenter spiller inn, kunne det være grunn til å anta at avisene ville bedømme debattene på bakgrunn av eget politisk ståsted. Denne gjennomgangen viser at så ikke alltid er tilfelle – Dagsavisen er mindre positiv til Arbeiderpartiet og langt mer positiv til Høyre og Fremskrittspartiet enn man kunne forvente; likeledes er det noe forunderlig at Aftenposten er hundre prosent positiv til SV og bare noe positiv til Høyre. Bergens Tidende gir Venstre mye negativ kritikk, er kjølig til KrF og overhodet ikke positiv til Senterpartiet. Dette viser at avisenes politiske grunnsyn i svært liten grad har preget fjernsynsvurderingene.

## **8.6 Fortsatt partibindinger på leder- og kommentar plass?**

Jeg vil hevde at denne gjennomgangen av leder- og kommentarartiklene gir grunnlag for å hevde at det fortsatt kan spores ulike politiske preferanser blant avisene i mitt utvalg, og at disse preferansene kan knyttes til avisenes tidligere partitilknytning.

Dagsavisen markerer seg, både implisitt og eksplisitt, som en tilhenger av politikken venstreside, og markerer spesielt sterk avstand til partiet Høyre. Dagsavisen har imidlertid ikke problemer med å kritisere Arbeiderpartiet, og beviser således at avisen ikke kan kalles en partiavis. Det vil imidlertid være korrekt, sett både

ut fra avisens innhold på leder- og kommentarplass, samt politisk redaktør Arne Strands egne uttalelser, at Dagsavisen er en avis på venstresiden i norsk politikk, med et spesielt godt forhold til Arbeiderpartiet og SV.

Bergens Tidende viser gjennom sine leder- og kommentarartikler at avisen er sterkt kritisk til Arbeiderpartiet, samt relativt positiv til sentrumpartiene Venstre, Kristelig Folkeparti og Senterpartiet. Heller ikke her er det snakk om noen glohet omfavnelse, også Bergens Tidende kan kritisere sentrumpartiene. Men det er liten tvil om at Bergens Tidende kan plasseres i det politiske sentrum – hvilket også tidligere politisk redaktør Olav Kobbeltveit bekrefter.

VG har aldri tilkjennegitt noen partipolitisk tilknytning, selv om avisen ofte har vært assosiert med Høyre og Arbeiderpartiet. VGs leder- og kommentarartikler er relativt nøytralt utformet, men avisen advarer sterkt mot en politisk dreining i retning av SV og Senterpartiet. To ganger skriver avisen at Arbeiderpartiet, Høyre og Kristelig Folkeparti er partiene som foretrekkes. Følgelig er det også mellom disse tre partiene avisene må plasseres politisk. Begrunnelsen er imidlertid først og fremst at VG ønsker et stabilt styre, hvilket bare disse tre partiene – ifølge avisen – kan sørge for. I tillegg er forholdet til blant annet internasjonalt samarbeid viktig her.

Jeg mener at Aftenposten er den avisen det er vanskeligst å plassere politisk på bakgrunn av innholdet i leder- og kommentarartiklene. Disse artiklene har en svært analyserende og nøytral form som det er meget vanskelig å lese noen partipreferanser ut fra. Vektleggingen av et stabilt styre er imidlertid også svært viktig Aftenposten, noe som plasserer avisen i retning av Arbeiderpartiet og Høyre.

Gjennomgangen av avisenes vurderinger av politiske fjernsynsdebatter viser imidlertid liten sammenheng med avisenes politiske ståsteder.



I dette kapitlet har jeg forklart hvordan jeg har valgt ut leder- og kommentarartiklene jeg har analysert, og jeg har redegjort kort for temaområdene artiklene omtalte. Jeg har redegjort for hvor mye omtale de ulike partiene har fått, og lagt frem resultatene av min kvantitative innholdsanalyse. Denne er blitt supplert med en kvalitativ innholdsanalyse av utvalgte artikkelseksempler. Jeg mener å ha påvist i dette kapitlet at de fire avisene i mitt utvalg tilkjennegir politiske ståsteder gjennom sine leder- og kommentarartikler. Dette gjelder imidlertid først og fremst Dagsavisen og Bergens

Tidende, som kan plasseres henholdsvis på venstresiden og i sentrum av den tradisjonelle høyre-venstre-aksen. VG og Aftenposten er det vanskeligere å plassere, ettersom avisene driver en mer nøytral kommentatorvirksomhet enn de to andre avisene. Både Aftenposten og Høyre vektlegger imidlertid sterkt behovet for *styringsdyktige* partier, som i stor grad dreier seg om Høyre og Arbeiderpartiet, og til en viss grad Kristelig Folkeparti i VGs tilfelle.

## 9. Sykelønn og Sosialistisk Venstreparti

I dette kapitlet vil jeg peke på to temaer jeg mener utpekte seg de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001: Sykelønnssaken, som ble omgjort fra suksess til belastning for valgets store taper, Arbeiderpartiet og omtalen av valgets store vinner, Sosialistisk Venstreparti. Jeg mener disse to temaene markerte seg under valgkampen fordi de fikk svært mye oppmerksomhet, og det er også grunn til å tro at de hadde en innvirkning på valgresultatet. Hvor sterk denne innvirkningen kan ha vært våger jeg ikke å spekulere i, men jeg vil påpeke at Arbeiderpartiet falt på meningsmålingene og fikk svært mye kritikk etter at det ble kjent at Arbeiderpartiet hadde vurdert muligheten for å kutte i sykelønnsordningen. Nettopp partiets *forsvar* av denne ordningen ble av flere kommentatorer pekt på som et av Aps fremste trumfkort i valgkampens første fase. Likeledes er det grunn til å påpeke at SV mer enn fordoblet antallet stortingsrepresentanter etter valget, hvilket gjør det betimelig å se nærmere på presseomtalen av partiet i forkant av valget. Riktignok var det Høyre som gikk mest frem ved stortingsvalget i 2001, men jeg vil hevde at presseomtalen av dette partiet skilte seg mindre ut enn presseomtalen av SV.

Som i det foregående kapitlet, vil jeg her foreta en diskursanalyse av utvalgte artikler for å illustrere avisenes fremstillingsformer (se kapittel 4.2). Jeg vil betrakte avisenes medierammer – frames (se kapittel 3.3) – i forhold til sykelønnssaken, da denne saken ble fremstilt på noe ulik måte i avisene, og i forhold til SV, der jeg mener journalistene i de ulike avisene opptrådte relativt likt.

### 9.1 Sykelønnssaken

Så dro Jan Petersen til Bergen for å duellere med Jens Stoltenberg, og fikk en rett venstre i fleisen for sine forslag til kutt i sykelønnsordningen. Stoltenberg hadde helt enkelt lest Høyres merknader i siste budsjettinnstilling. Folk mister hele Høyres skattelette før lunsj den første dagen de er syke!

Petersen kavet, åpenbart uforberedt. Hvor hadde Petersens rådgivere trodd Stoltenberg skulle slå til? (Kommentar av Frank M. Rossavik, Bergens Tidende, 22 august 2001).

Men da det ble kjent at Arbeiderpartiet selv noen måneder tidligere hadde gått inn for å svekke sykelønnsordningen – i alle fall hadde diskutert muligheten for å gjøre det, eller vært villig til å se nærmere på en utredning av saken – og så først hadde inntatt sin faste holdning etter påtrykk fra LO, da slo dette angrepet fryktelig tilbake. Arbeiderpartiet hadde vært i god framgang på valgkampens første meningsmålinger; nå stanset det helt opp. Forsvaret for sykelønnsaken var ikke helt troverdig lenger (Anders Johansen 2002: 62).

«Ville kutte i sykelønnsaken – men LO sa nei», står det på førstesiden av Dagens Næringsliv 24. august 2001 over et bilde av Jørgen Kosmo, daværende arbeidsminister for Arbeiderpartiet. Saken vekker stor oppmerksomhet.

Foranledningen til oppslaget var at Ap hadde reist kraftig kritikk mot Høyres forslag om å kutte i sykelønnsordningen. Aps statsminister og statsministerkandidat under valgkampen, Jens Stoltenberg, brukte i den første delen av valgkampen mye energi på å forsvare retten til full lønn ved sykefravær på jobben, og han fikk ros av flere politiske kommentatorer for sine frontalangrep på Høyre-leder Jan Petersen. Oppslaget i Dagens Næringsliv (DN) slår imidlertid sprekker i Aps iherdige forsvar av sykelønnsordningen. Avisen kan fortelle at

DN har snakket med flere sentrale fagforeningstopper fra ulike forbund som forteller den samme historien: Ap-regjeringen prøvde sist høst å «selge» kutt i sykelønnsordningen med løfter om økt skattefradrag for fagforeningskontigenten.

Regjeringen skulle ha fulgt innstillingen fra Sandman-utvalget, som hadde foreslått en rekke tiltak for å få ned sykefravær og uføretrygding, og regjeringen lanserte forslaget om å innføre 20 prosent egenandel ved korttidsfravær. LO sa nei, og fikk støtte av de andre arbeidstakerorganisasjonene. Forslaget ble forkastet.

Dagen etter oppslaget i DN, 25. august<sup>31</sup>, skriver VG om saken: «Hemmelig dokument avslører JENS-BLØFF». Avisen kan presentere det «superhemmelige dokumentet som beviser Jens Stoltenbergs utrolige sykelønnsbløff», med et innhold «som stiller Jens Stoltenbergs moralsk forargede forsvar for sykelønnsen i et svært pinlig lys». Innholdet i artikkelen er i stor grad det samme som i DN's artikkel dagen før.

Saken hviler et par dager i alt oppstyret rundt bryllupet, men 28. august blir den igjen omtalt, denne gangen med førstesidehenvisning: «SYKELØNNS-DRAMA under gallamiddagen», lyder tittelen. VG kan fortelle at Jens Stoltenberg og NHO-president Jens Ulltveit-Moe hadde diskutert VGs kommende avsløring<sup>32</sup> under Regjeringens gallamiddag for kronprinsparet, og forsøkt å avsløre hvem som hadde lekket saken til pressen. «Man frykter intenst at Ap i innspurten skal miste sin beste sak til nå i valgkampen på grunn av denne bløffen, nemlig Høyres kutt i sykelønnsen», skriver VG.

Lederartikkelen samme dag fastslår at det var heldig for Ap at sykelønnsavsløringen ble offentlig kjent i bryllupshelgen da fokuset var «på kjærligheten og ikke de harde realiteter». Lederskribenten fastslår at det «var dristig

---

<sup>31</sup> Kronprinsparet gifter seg samme dag, og saken får derfor ikke plass på forsiden av avisen.

<sup>32</sup> Det faktum at det var DN, ikke VG, som omtalte saken først, blir aldri nevnt.

av Stoltenberg å ikke ta noen forbehold i sitt angrep på Høyre, og nå slår det tilbake på ham. Han har mistet sin troverdighet i en av sine beste valgkampsaker».

Dagen etter presenterer VG et nytt kapittel i sykelønnsavsløringen. Artikkelen «TRUET med streik og boikott», forteller at med «trusler og rå makt stoppet den mektige LO-toppen Gerd Liv Valla Jens Stoltenberg, Jørgen Kosmo, og Guri Ingebrigtsens superhemmelige planer om å innføre "skatt på sykdom"». Valla bekrefter overfor VG at hun aldri ville ha anbefalt noen å stemme på et parti som ville ha fjernet «en så vesentlig ordning for LOs medlemmer». VG har regnet ut at hvis LO hadde fjernet valgkampstøtten til Ap hadde det resultert i et tap på 6,7 millioner kroner. «Fredet sykelønnsen: FIKK 6,7 MILL.<sup>33</sup>», står det i forsidehenvisningen til saken, ledsaget av et bilde av en smilende Jens Stoltenberg. I et lite intervju med Stoltenberg i samme avis fastslås det at han er «uklar».

30. august kommenterer Arve Øverby saken under tittelen «Sprellemann for Valla». Han fastslår at LO har «strupetak på Ap og valser rundt med regjeringspartiet som de vil», og konstaterer at saken har vært skadelig for Ap. Samme dag kan avisen legge frem en ny «superhemmelig skisse» som forteller at «Regjeringen mener at du må redusere sykefraværet ditt med åtte prosent allerede neste år – og 20 prosent i løpet av fire år». En liten artikkel i samme oppslag – «Tatt i bløff» – forteller at Jens Stoltenberg, Jørgen Kosmo, og Guri Ingebrigtsen har blitt tatt i løgn. Det stemmer ikke at forslaget om kutt i sykelønnsen var et av mange forslag, som tidligere hevdet; VG kan fortelle at kun to skisser er blitt lagt frem.

Saken ruller videre 31. august, da avisen kan fortelle at «[d]en mektige LO-bossen Yngve Hågensen kunne ha stoppet de hemmelige forhandlingene om kutt i sykelønnsen i januar. Men han gjorde det ikke». 1. september forteller VG mer om at «Jens og NHO-sjefen hadde HYSJ-KONTAKT» om sykelønnsen. Dagen etter omtaler avisen et krisemøte hos Jørgen Kosmo, der det fastslås at sykelønnsordningen fredes. Jan Petersen og Kjell Magne Bondevik krever at «sannheten må frem om Aps planer for sykelønnskutt».

Bergens Tidende kaster seg over saken med et stort oppslag 25. august: «– Dobbeltspill om sykelønn», der Per-Kristian Foss fra Høyre får omtale saken. Han mener Arbeiderpartiet i valgkampen «driver et hyklersk dobbeltspill». I en undersak

---

<sup>33</sup> På bakgrunn av dette oppslaget sendte Fremskrittspartiets formann, Carl I. Hagen, et brev til Riksadvokaten med krav om «rask, men grundig etterforskning» av det han betraktet som korrupsjon. Saken ble henlagt.



understreker Jørgen Kosmo at Arbeiderpartiet har fredet sykelønnen. I en liten kommentarartikkel 27. august heter det at Arbeiderpartiet ikke skammer seg verre «enn at de lanserer bortforklaringer av det mest fantasifulle slaget», og det påpekes at det var heldig at saken sprakk midt under kronprinsbryllupet, slik at «Stoltenberg ser ut til å ha blitt reddet av kirkeklokkene».

Etter bryllupet fortsetter imidlertid omtalen av saken. 28. august bringer Bergens Tidende en større kommentarartikkel – «Sykelønn og taktisk fanteri» – der det fastslås at Arbeiderpartiet nå får problemer med troverdigheten på grunn av sitt sterke forsvar for nettopp sykelønnsordningen. 30. august har avisen en ny nyhetsartikkel om saken – «Var klar til å kutte sykelønnen» – der den siste tidens avsløringer blir referert. Avisen følger opp 31. august med kommentarartikkelen «Politikk og korrupsjon», der søkelyset rettes mot den tette forbindelsen mellom Arbeiderpartiet og LO. «Leder Jens Stoltenberg regjeringen på vegne av LO-sjef Gerd-Liv Valla i stedet for kongen?», spør kommentatoren. 1. september uttaler Jens Stoltenberg seg i Bergens Tidende, og hevder at det er «meningsløst» at han skal ha seg villig til å svekke sykelønnsordningen.

Aftenpostens første omtale av saken kommer i form av en liten NTB-notis 26. august, der Jens Stoltenberg forklarer at forslaget om sykelønnskutt kun var en skisse. En ny notis 27. august inneholder en kommentar fra Høyres leder Jan Petersen, som mener at Arbeiderpartiets oppførsel i forhold til sykelønnen ikke er «spesielt renhårig». 28. august konstaterer Aftenposten at «Ap. er presset om sykelønn» i en nyhetsartikkel som omhandler en debatt om saken i TV2s *ValgTabloid* kvelden før. Arbeiderpartiets nestleder forklarer at forslaget bare var en skisse, og at partiet ikke ville gått inn for forslaget. Samme dag omtaler Aftenposten saken på kommentarplass for første gang, i den usignerte kommentaren «Ap.s retorikk». Kommentaren forklarer relativt nøkternt hva sykelønnsaken dreier seg om, og der liten tvil om at avisen synes det kan være fornuftig å kutte i ordningen ettersom «verdens beste sykelønnsordning koster milliarder av kroner, og [...] uttellingene er et problem for enhver politiker med budsjettansvar». Indirekte står det at Aftenposten gjerne vil få gjort noe med ordningen, men «Regjeringens retoriske forsvar for ordningen som den er, stanser debatten om hva man kan gjøre med dette problemet. Men Kosmos konkrete skisse får retorikken til å lyde nokså hul».

På nyhetsplass 29. august omtaler Aftenposten Arbeiderpartiets forsøk på å drive brannslukking etter avsløringene. 30. august skriver avisen at flere eks-topper i

både Ap og SV vil kutte i sykelønnen, og de omtaler også Hagens politianmeldelse mot Stoltenberg. 2. september omtaler Aftenposten et hastemøte om sykelønnen som Kosmo har innkalt til. Det fastslås at både Arbeiderpartiet og næringslivet vil beholde sykelønnen. 3. september omtaler Aftenposten saken for første gang på lederplass. Avisen skriver at ordningen vil bestå, og at «sykelønnsordningens forsvarere kan si at når enden er god, er allting godt. Men like sikkert er det at den intense debatten om ordningens fremtid har svekket Regjeringens troverdighet». I en kommentar 3. september og en nyhetsartikkel 8. september gjentas det at Arbeiderpartiet har tapt troverdighet på grunn av saken.

Dagsavisen første omtale av saken kommer i form av en større NTB-artikkel 26. august – «Stoltenberg avviser kutt i sykelønnen», med undertittelen «Ap foreslo dårligere sykelønn for uorganiserte». Artikkelen forklarer hva saken dreier seg om, og fokuserer på Stoltenbergs forsvar. I en undersak får Arbeiderpartiet kritikk av Høyres leder Jan Petersen. I en lederartikkel 28. august går Dagsavisen til angrep på Høyre – *ikke* Arbeiderpartiet: «Høyres leder Jan Petersen har ikke fulgt med i timen når han kritiserer statsminister Jens Stoltenberg fordi regjeringen vurderte å kutte i sykelønnsordningen i tråd med innstillingen fra Sandman-utvalget», mener avisen, som påpeker at det var en kjent sak at regjeringen måtte diskutere saken før den konkluderte med å ikke kutte i sykelønnsordningen. 2. september omtaler Dagsavisen Kosmos «oppvaskmøte» om sykelønssaken, som har utviklet seg til å bli betent.

3. september skriver den eksterne kommentatoren Hallvard Bakke en kommentar om saken – «Sykelønn og redelighet» – der han forklarer hvordan Sandman-utvalgets forslag skiller seg fra Høyres forslag om kutt i sykelønnen: «En arbeidstaker som er syk i ett år og har gjennomsnittlig industriarbeiderlønn, vil etter Sandman-utvalgets forslag tape en dagslønn eller ca 1500 kroner brutto. Etter Høyres forslag vil den samme arbeidstakeren tape over ti prosent av årslønnen eller nærmere 30.000 kroner». Bakke konstaterer at det her er en vesentlig forskjell, og at VG ikke har rett når de påstår at «Ap langt på vei sto på Høyres side i sykelønsspørsmålet». Han påpeker også at det er «på det rene at verken regjeringen eller Arbeiderpartiet på noe tidspunkt har foreslått å kutte i sykelønnen». Dagsavisens politiske redaktør Arne Strand fastslår likevel i en kommentar 7. september at Arbeiderpartiet har mistet troverdighet i sykelønsspørsmålet.

Jeg vil hevde at forskjellen i dekningen av sykelønssaken – som utvilsomt var til sterk skade for Arbeiderpartiet under valgkampen – kan være med på illustrere

forskjeller i avisenes behandling av partiet; artiklene er framet på forskjellig måte (se kapittel 3.3). Alle nyhets- og kommentarartiklene i VGs serie om «sykelønns-avsløringene» er sterkt kritiske til Aps «bløff». Dramaturgien er sterk og gir inntrykk av at dokumentene VG har fått tak i, som konsekvent omtales som «superhemmelige», ruller opp en nøye planlagt konspirasjon fra Arbeiderpartiets side. LO fremstilles som en mektig kjempe som har Ap i sin hule hånd. Denne *mediedramaturgien*, samt «serieformen» artiklene har fått, er noe som har kjennetegnet VG i mange år. Allerede i 1987 skrev Martin Eide og Gudmund Hernes følgende:

Mediedramaturgi er et viktig grep i mediesamfunnet. Det er f.eks. hevdet at når VG øker mer enn *Dagbladet*, så er det fordi VG-journalistene har vært flinkere til å gestalte sine dramaer. Eller mer presist når det gjelder «eventyret i norsk presse»: De har vært dyktigere til å gi sine hverdagsdramaer nerve (Eide og Hernes 1987: 58).

Denne *nerven* var sterkt tilstedeværende i VGs dekning av sykelønnsaken. VGs – og til dels Bergens Tidendes – dekning av saken kan også sees i lys av Hernes' fremstilling av det *mediavridde samfunn* (Hernes 1978; se kapittel 3.6). Ordbruken og fremstillingen var til dels tilspisset og intensiv, og det ble skapt et bilde av en sterk polarisering mellom Arbeiderpartiet og LO.

Det er imidlertid ikke grunnlag for å hevde at sykelønnsdekningen sier noe vesentlig om VGs forhold til Arbeiderpartiet; dekningen kan først og fremst karakteriseres som *mediavridd*, for å bruke Hernes' begrep. Ifølge avisens politiske redaktør, Olav Versto, er dette noe avisen ville gjort

uansett hvilket parti det hadde vært snakk om. Det er nettopp noe av det vi ser som vår oppgave – å avsløre hykleri og dobbeltmoral, eller hva vi kan kalle det. Når våre journalister oppdaget dette, var det helt i tråd med vår journalistiske virksomhet at vi kjørte det hardt. Det er jo klart at når Ap går veldig hardt ut mot et forslag som motparten har på tapetet, og så finner vi ut at de hadde dette til overveie selv, må velgerne få vite det (Versto 2003 [intervju]).

Dekningen i Bergens Tidende er svært kritisk i forhold til Arbeiderpartiet i denne saken. Nyhetsartiklene om saken får stor plass, og det vinkles på at partiet har drevet et «dobbeltspill». Alle kommentarartiklene kritiserer Arbeiderpartiet, og sykelønns-saken settes blant annet i forbindelse med korrupsjon. Dette er en vanlig form for moderne, profesjonalisert nyhetsjournalistikk, men det er liten tvil om at framingen på nyhetsartiklene og leder- og kommentarartiklene gikk sterkt i Aps disfavør.

Aftenpostens dekning av denne saken begynner forsiktig med en liten notis der Arbeiderpartiet får komme til orde. Etter hvert får saken stadig mer oppmerksomhet, men jeg vil hevde at nyhetsartiklene er mindre kritiske til

Arbeiderpartiet enn artiklene i VG og Bergens Tidende. I kommentarartiklene ligger det implisitt at Aftenposten har *forståelse* for behovet for å kutte i sykelønnsordningen, og det uttrykkes en form for irritasjon over at dette nå ikke vil skje fordi næringslivet går imot. Arbeiderpartiet blir mindre kritisert her enn i VG og Bergens Tidende – kanskje fordi Aftenposten er positiv til forslaget om å kutte i sykelønns – men avisen slår tydelig fast at partiet har mistet sin troverdighet i denne saken. Det må her bemerkes at også VG ser «gode grunner til å vurdere Sandman-utvalgets råd» (lederartikkel 28. august), men avisen velger altså likevel å angripe Arbeiderpartiet for å ha gjort nettopp det – ettersom avisen mener at Arbeiderpartiet ikke har opptrådt ærlig.

Dagsavisens behandling av denne saken er interessant, ettersom avisen er den eneste som forsvarer Arbeiderpartiet – i begynnelsen. Saken blir omtalt relativt nøytralt på nyhetsplass, men en leder og en kommentarartikkel går langt i å forsvare partiet. Dette bemerkes i en lederartikkel i Dagens Næringsliv 31. august, der det heter at «Dagsavisen har en stund vært partipolitisk uavhengig, men sjefredaktør Hilde Haugsgjerd ser ut til å ville gjøre noe med saken». Politisk redaktør Arne Strand forklarer avisens omtale av sykelønssaken slik:

Vi undervurderte denne saken i startfasen, det må jeg bare innrømme. Det var jeg som skrev lederartikkelen, og jeg hadde blitt fortalt at dette var mindre omfattende enn det var; at det bare dreide seg om en sondering. Jeg var ikke klar over at det var mer alvorlig ment enn som så. Vi kom tilbake senere med klarere meninger om saken. På det tidspunktet trodde jeg – jeg tror det var Stoltenberg som fortalte meg det – at det bare hadde vært noen småsonderinger. Når vi ble klar over hvor alvorlig det var, skjerpet vi tonen betraktelig. Hallvard Bakke [kommentator] mener at det var greit at vi gjorde det, og at Arbeiderpartiet ikke hadde gjort noe galt, så lenge de konkluderte på en annen måte. Men også han var enig i at det var veldig ødeleggende for troverdigheten [til Arbeiderpartiet] (Strand 2003 [intervju]).

Dagsavisen ble, som Arne Strand sier, mer kritiske til Arbeiderpartiets håndtering av sykelønssaken etter hvert. Jeg vil imidlertid hevde at Dagsavisen i begynnelsen viste en større *tillit* til Arbeiderpartiets troverdighet enn de andre avisene. Hvorvidt dette kan forklares ut fra avisens politiske ståsted eller ikke, er det imidlertid vanskelig å avgjøre.

## 9.2 Politiske journalister – groupies for Kristin Halvorsen?

Over hele verden ser vi at i mediasamfunnet går politiske partier over til å bli støttegrupper rundt enkeltpersoner [...] For at et parti skal ha virkelig framgang, trenger det en populær og drivende leder. [...] SV er langt på vei en støttegruppe rundt Kristin Halvorsen (Erik Solheim 1999: 427-428).

SV-lederen er for lengst blitt utropt til valgkampens vinner og solstråle. Dette er noe nytt (Kommentar av Olav Garvik i Bergens Tidende 5. september 2001).

Silkeføre. SV-dronning Kristin Halvorsen frykter ikke lenger bakholdsangrep med lange kniver fra sine egne. Nå sitter hun og venter på å bli tatt av pressen. Omsider føler hun at hun er blitt truende (Aftenposten 8. mars 2003).

Jeg skal nå se nærmere på omtalen av Sosialistisk Venstreparti – valgkampens store vinner, som mer enn fordoblet stortingsgruppen sin etter valget. Det var ikke bare velgerne som satte pris på SV, også de politiske journalistene ga partiet meget pen behandling. I kapittel 7.7 har jeg vist at SV er det partiet som totalt fikk mest positiv omtale på nyhetsplass – 13 prosent. Kun 5 prosent av artiklene om partiet var negative, og opinionsbalansen var på +8. Dette er mest positive omtalen av noen av partiene<sup>34</sup>. På kommentar- og lederplass var SV den suverene vinneren med et AB-indeks på 12 – partiet er det eneste som havner på plussiden sammenlagt (kapittel 8.3). Også 53 prosent av alle fjernsynsopptredene ble vurdert som positive av kommentatorene, hvilket er langt bedre enn for noe annet parti (vedlegg 5). 18 prosent av fjernsynsopptredene ble vurdert som negative, men også dette er et meget godt resultat; opinionsbalansen totalt ble +35, det aller beste sammenlignet med de andre partiene.

Som omtalt i kapittel 7.8 besto 64 prosent av den positive omtalen av gode meningsmålingsresultater. Som jeg skriver i metodekapitlet har jeg vurdert artikler som positive dersom de er vinklet – eller *framet* – positivt i forhold til et parti; det er altså vinklingen i artikkelen, ikke meningsmålingsresultatet i seg selv, jeg har vurdert. Et eksempel på en positiv meningsmålingsartikkel er Dagsavisens «Unge velger SV» (25. august), som henviser til en meningsmåling som viser at pilen peker «rett til værs for Kristin Halvorsen & Co., som ligger an til å doble sin oppslutning i forhold til valget for fire år siden». 1. september forteller Aftenposten at «SV frister unge og kvinner»: «Kvinner, førstegangselgere, ja selv Fr.p.-velgere surrer nå rundt SV som den berømte bien rundt blomsten. Valgforskere er ikke overrasket». Valgforsker Hanne Marthe Narud sier blant annet at partileder Kristin Halvorsen har mye av æren:

Min personlige mening er at Kristin Halvorsen har vært veldig flink i valgkampen. Hun formidler SVs budskap på en god måte, hun driver lite skittkasting mot de andre partiene. Dessuten har hun humor. [...] [E]ttersom årene har gått har hun fått mer erfaring og hun er blitt en veldig flink partileder. Hun har lagt av seg det litt heseblesende og kommuniserer budskapet veldig godt.

---

<sup>34</sup> Riktignok fikk RV – som jeg har utelatt fra denne oppgaven – bare negativ omtale i én eneste artikkel, men partiet fikk totalt langt mindre omtale enn SV.

SV får ros i noen artikler om økonomi og helse, og enkelte miljøsaker blir også trukket frem. I Bergens Tidende 7. september blir for eksempel engasjementet til den lokale SV-representanten Tom Skauge berømmet – han «har for tiden en høy stjerne i tjukkeste Høyre-land langs Nordåsvannet» på grunn av sin miljøinnsats.

Det er imidlertid liten tvil om at Hanne Marthe Narud har rett når hun hevder at *personen* Kristin Halvorsen hadde stor betydning for SVs suksess. Dette gjenspeiles i mediedekningen av SV, som i stor grad fokuserte på partilederen og hennes fortreffeligheter. Et eksempel på dette er VGs oppslag «KNUSTE GUTTA» (5. september), som tar utgangspunkt i en meningsmåling som forteller at «begge kjønn, alle aldersgrupper og alle landsdeler mente at SV-leder Kristin Halvorsen banket gutta [de øvrige partilederne] i gårsdagens TV-debatt om regjeringsalternativene». «Kristin Halvorsen er saklig og tydelig», forklarer valgforsker Frank Aarebrot. Også flere kommentatorer tar utgangspunkt i Halvorsen. «Vi tror SVs fremgang har mye å gjøre med personen Kristin Halvorsen. Hun inngir tillit – og er kanskje norsk politikks beste debattant», skriver Bergens Tidende på lederplass 4. september.

Partileder Kristin Halvorsen har så langt lyktes godt med en valgkamp som har vært mer konsentrert om å reklamere for egne saker enn å snakke nedsettende om andre partiers politikk (Kommentar av Håvard Narum i Aftenposten 30. august).

Det er liten tvil om at *de politiske sakene* sto i høysetet for SV, og partiet unngikk i stor grad å angripe andre partiers politikk – i motsetning til for eksempel de to hovedmotstanderne under valgkampen, Arbeiderpartiet og Høyre. Etter hvert begynte imidlertid flere kommentatorer å hevde at SV hadde «sluppet for billig» unna andre politikeres – og de politiske journalistenes – kritiske blikk. Dette er temaet for Aftenpostens lederartikkel «Lett SV-spill» (31. august):

Sosialistisk Venstreparti har store muligheter til å gjøre det beste valget i partiets historie. Årsaken er en kombinasjon av egen dyktighet og en betydelig fordel av å ikke ha blitt utsatt for andre partiers kritiske søkelys. [...] SV har sluppet ubehagelige spørsmål om hvordan partiets løfter skal finansieres. Partiet har for eksempel programfestet seks timers arbeidsdag, men er ikke blitt presset på hvilke andre velferdsgoder som må forsakes hvis denne reformen skal gjennomføres. Og i en valgkamp der sikkerhetspolitikken er totalt fraværende, er det få som bryr seg med at SV fortsatt ønsker å melde Norge ut av NATO.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> «SVs fredningstid varer ikke lenge hvis partiet fortsetter å vokse», skriver Aftenposten til slutt. Et tegn på at situasjonen begynner å forandre seg, er at Høyre utnevnte SV – som har fortsatt å vokse etter stortingsvalget i 2001 – til partiets hovedmotstander våren 2003, i forkant av høstens lokalvalg. SV sank på meningsmålingene etter en fjernsynsdebatt der finansminister Per-Kristian Foss «hamret løs på SVs mange skatte- og avgiftsøkninger, og på hvor mye de mange SV-løftene faktisk koster» (kommentar av Hanne Skartveit i VG 7. mai 2003).

2. september fastslår Aftenposten i nyhetsartikkelen «Ikke 6-timers dag med SV» at «SVs valgløfte om 6-timers arbeidsdag er umulig å gjennomføre i løpet av neste stortingsperiode. Inntektstapet for staten ville være ca. 140 milliarder kroner». Det er Høyre som har regnet ut dette, og Halvorsen avviser regnestykket som «tull og tøys». Imidlertid medgir hun at det ikke er mulig å gjennomføre sekstimersdagen i løpet av kommende stortingsperiode. Dagen etter – nøyaktig én uke før valgdagen – skriver Aftenposten at SV har hatt et «krigsråd» på Kristin Halvorsens kontor, fordi meningsmålingene nå viser at partiet er landets tredje største: «Partitoppene må forberede seg på mye større kritisk oppmerksomhet enn de er vant til», slår avisen fast. Høyre blir nå mer interessert i å diskutere med SV, men ifølge Aftenpostens kommentator Håvard Narum er dette noe begge partiene tjener på: «Høyre og SV hjelper hverandre, fordi de bidrar til å tydeliggjøre hverandres politiske alternativer» (4. september).

Kjell Magne Bondevik rykker ut i Dagsavisen 2. september og erklærer at SV er «en trussel mot velferdsstaten» fordi en innføring av 6-timersdagen vil skape mangel på arbeidskraft. Kristin Halvorsen sier hun er smigret over angrepet. 4. september skriver VG at «DU MÅ BETALE 23 000 for Kristins valgløfter». Avisen innrømmer at SV ikke har planer om å innføre sekstimersuken med det første, derfor «bygger VGs regnestykke på at bare en tredjedel av valgløftet blir innfridd: 35 timers arbeidsuke». Denne fiktive arbeidstidsreduksjonen vil koste 87 milliarder. Samtidig kan VG fortelle at SV-styrte Tysfjord kommune er landets verste kommune å bo i.

Det er altså hovedsakelig den siste uken før valget at SV blir oppfattet som et så betydningsfullt parti av politikerkolleger og journalister at det blir rettet kritikk mot, og kritiske undersøkelser av, konsekvensene av partiets politikk. Medienes kritiske tilnærming er imidlertid spinkel; etter hvert blir fokuset igjen rettet mot gode meningsmålinger og Kristin Halvorsens vinnende vesen. Halvorsen gjør det jevnt meget bra i debatter, blant annet om skole. Bergens Tidende (10. september) tar en prat med valgforsker Frank Aarebrot:

Verken Arbeiderpartiet eller Høyre maktet å fremstille skolen i et positivt lys.

– Så kommer Kristin Halvorsen og sier hun vil ha en skole det lyser av. Innholdsmessig betyr det hun sier ingenting. Men det virket, sier Aarebrot.

Kommentarene til fjernsynsdebattene SV deltar i er jevnt over meget positive. I vurderingene av en skoledebatt kan vi lese at Halvorsen har «solide kunnskaper om skolens hverdag og fremfører sitt budskap med et overbevisende engasjement» (VG

30. august; terningkast 5). Bergens Tidende mener Halvorsen i denne debatten var «flinkest i klassen». Hun «vinner på sin offensive holdning, klare meninger og friske stil. Halvorsen er lett å forstå, og kan grepe som får følelsene i bevegelse», mener avisen, som deler ut karakteren 5 for både stil og innhold. Samme dag skriver Aftenposten at Halvorsen har et «direkte språk som går hjem hos folk». Hun har «en åpenbar fordel av at SV har vært opptatt av skole i valgkamp etter valgkamp, *samtidig som partiet aldri har sittet med budsjettansvar*» (min kursivering). Den siste setningen kan leses som en tvilende tilnærming til SVs evne til å få gjennomført sin politikk i praksis.

Ikke *alle* fjernsynsdebatt-vurderingene hyller Halvorsen som den uovertrufne kommunikator. I VG 8. september får hun terningkast 2 for sin innsats i den avsluttende partilederdebatten, der hun blir fremstilt som en «blek skygge av den hun har vært tidligere i debatten». Men dette har avisen forståelse for: «Hun må være sliten, og det forstår vi godt etter den kjempeinnsatsen hun har gjort. Det lille vi kommer til å huske, er at hun fossrodde bort fra viktige SV-saker som f.eks. nei til EØS». Dagsavisen, derimot, kårer Halvorsen til vinneren i denne debatten. Hun er «eneste partileder som ikke maser om skattelette», noe avisen setter pris på, og hun «skjønner at valgkamp også handlet om underholdning hvis du skal nå tvilerne». Bergens Tidende gir Halvorsen karakteren 3 for stil og 2 for innhold. Aftenposten skriver at Halvorsen var «regjeringsvillig», og hun var «god i sin invitt ved å ta Ap-slagordet om velferd som utgangspunkt». Seerne kåret imidlertid Halvorsen til vinneren av debatten.

En stor del av presseomtalen av Sosialistisk Venstreparti de siste tre ukene før stortingsvalget i 2001 fokuserte på partiets kraftige oppsving på meningsmålingene. For å forklare popularitetsstigningen – som nådde store høyder spesielt den siste uken før valget – fokuserte journalistene mye på Kristin Halvorsen, og hennes innsats i fjernsynsdebatter. «At hun i ti TV-debatter talte sin sak på mer troverdig vis enn noen motstander, var den viktigste, om ikke den eneste, årsak til SVs suksess», skriver Anders Johansen (2002: 61).

Jeg vil hevde at årsaken til den – med enkelte unntak – svært pene behandlingen av SV og Kristin Halvorsen før stortingsvalget i 2001 ligger like mye hos politikerne som hos journalistene. Det var først og fremst den siste uken før valget, da partiet nådde nye høyder på meningsmålingene, at *politikerne* vendte blikket litt vekk fra de tre nøkkelpartiene Høyre, Arbeiderpartiet og Kristelig



Folkeparti, og begynte å behandle SV som en reell *trussel*. De politiske motstanderne begynte å angripe partiet, spesielt på grunn av SVs ønske om å innføre sekstimersdagen, og kritikken ble referert i pressen. Enkelte kommentatorer tok også selvkritikk fordi partiet hadde «sluppet for billig». Løpet var imidlertid langt på vei kjørt – SV seilte opp som valgets vinner. (Selv om Høyre, som nevnt i en fotnote i kapittel 7.1, økte sin oppslutning mer enn SV).

Det kan anses som bemerkelsesverdig at pressen ikke underla SV en mer kritisk overvåkning på et mye tidligere tidspunkt, og på eget initiativ – noe man ville forvente av en relativt selvstendig *politisk aktør* eller *politisk institusjon*, som pressen kan betraktes som (se kapittel 3.2 og 3.5). Mye av omtalen av partiet hadde en *refererende* og *analyserende* form, med utgangspunkt i meningsmålinger, partiutspill og fjernsynsdebatter. Bare unntaksvis ble det reist kritikk mot partiet, selv om enkelte kommentatorer mente det var mye ved partiets politikk som kunne kritiseres. Det er imidlertid ikke umulig at pressen i stor grad lot seg fascinere av Halvorsens fjernsynsopptredener, og igjen brukte disse som forklaringsfaktorer da de gode meningsmålingsresultatene skulle fortolkes. Halvorsens velfungerende image og hennes evne til å benytte egne erfaringer i sin politiske retorikk hadde antagelig stor gjennomslagskraft. Johansen (2002: 63-64) mener at journalistene ikke klarte å fange opp verdien Halvorsens sluttappell i den avsluttende partilederdebatten der hun blant annet sa: «Men gi meg to netter med god søvn og et par timer sammen med unga mine, så er jeg klar til å stå på igjen». Der forklarte hun at hun var sliten etter valgkampen, og at *moren* Halvorsen virkelig mente noe med slagordet «barn og unge først», noe fjernsynsseerne – som i stor grad var fornøyd med hennes innsats i denne debatten – lot til å sette pris på. Dette er noe Richard Sennett antagelig ville ha betraktet som intimitetens tyranni (se kapittel 3.7). I mange tilfeller formidlet også avisjournalistene Kristin Halvorsen *personlige utstråling* og *veltalenhet* til avisleserne. Denne symbiosen mellom fjernsynet og avisene var svært tydelig i behandlingen av SV; selv om alle partienes fjernsynsopptredener ble vurdert av pressen. «Mangelen på store ideologiske forskjeller mellom politikerne vil gjøre den enkeltes personlige image-oppbygging desto mer avgjørende», skriver Krogstad (1999: 15; se kapittel 3.7). At «det er vanskelig å finne saker i Norge i dag der man har en dyptgående splittelse mellom de politiske partiene», er også noe som trekkes frem av Aftenpostens politiske redaktør Harald Stanghelle (2003 [intervju], se kapittel

1.2.2). Fokuset på image kan derfor være en forklaringsfaktor i forbindelse med omtalen av SV.

Det kan virke som om de politiske journalistene, på tvers av avisene, rett og slett *satte pris* på Kristin Halvorsen. Dette er ikke fullstendig utenkelig, ettersom SV er det partiet som har høyest oppslutning blant norske journalister (se fotnote i kapittel 3.4). Å favorisere ett bestemt parti strider riktignok mot den journalistiske profesjonalitet, men det har skjedd tidligere – på slutten av 1980-tallet og begynnelsen av 1990-tallet var journalistenes omtale av Arbeiderpartiets daværende leder Gro Harlem Brundtland tidvis så ukritisk at det er blitt hevdet at journalistene opptrådte som «groupies for Gro» (Allern 2001: 180). Hvorvidt dette også er en passende beskrivelse av de fleste journalistenes omtale av SV under valgkampen i 2001 kan – om ikke fastslås – i hvert fall diskuteres. Det må imidlertid her påpekes at

Journalistikkens *form* er ikke politisk nøytral. En avis eller en fjernsynskanal kan være med på å berede grunnen for en bestemt politikk – uten at eiere, redaktører eller journalistiske medarbeidere står inne for den eller uttrykkelig slår til lyd for den. [...] Valget av presentasjonsform kan være profesjonelt begrunnet, eller mer direkte kommersielt; i det lange løp kan det ha noen politiske konsekvenser som på ingen måte var intendert (Johansen 2001: 169; kursiv i original).

Også Harald Stanghelle påpeker at det å gi et parti god omtale ikke nødvendigvis betyr at avisene setter pris på partiet:

Det en forsøker å gjøre, er å reflektere over hvordan de ulike politikerne virker, hva er det som fungerer, hva fungerer ikke. Kristin Halvorsen gjorde en usedvanlig god valgkamp i 2001, og da vil det måtte reflekteres i de politiske analysene. En vil kunne gi en god omtale av hvordan et parti driver valgkampen sin på uten at det må oppfattes som at en støtter partiet – selv om det også finnes saker der SV og Aftenposten er enige (Stanghelle 2003 [intervju]).



I dette kapitlet har jeg redegjort for omtalen av sykelønnssaken, som ble en stor belastning for Arbeiderpartiet etter avsløringen av at partiet hadde sondert mulighetene for å kutte i ordningen – noe partiet hadde angrepet Høyre for å ville gjøre. Jeg har også argumentert for at alle avisene behandlet Sosialistisk Venstreparti meget pent, og omtalen var svært personorientert i forhold til Kristin Halvorsen. Jeg mener også at avisdekningen var svært preget av partileder Kristin Halvorsens opptreden i fjernsynsdebatter, noe hun fikk mye ros for. I tillegg hevder jeg at journalistene i mindre grad handlet som *aktører* under behandlingen av partiet; mye av omtalen hadde en svært *refererende* form.

## 10. Oppsummering og avslutning

I denne oppgaven har jeg forsøkt å besvare tre problemstillinger, med mest vekt på den tredje: *I) Var det stor variasjon i temaområdene avisene omtalte på nyhetsplass, eller var prioriteringene forholdsvis like? II) Hvordan prioriterte avisene mellom de politiske sakene (substansen) og det politiske spillet på nyhets- og leder-/kommentarplass? III) I hvilken grad var avisenes tidligere partitilknytning fortsatt synlig i valgkampdekningen?*

I kapittel 5 har jeg – for å besvare problemstilling I – gjennomgått alle nyhetsartiklene i avisene fordelt på 16 temakategorier, samt kategorien «annet». Denne gjennomgangen viser at det generelt var mange likheter i temaområdene avisene omtalte, selv om det også var relativt store forskjeller innenfor enkelte kategorier. Eksempler på dette var at meningsmålinger og artikler om Arbeiderpartiets behandling av sykelønssaken var svært utbredt i VG, mens Aftenposten og Bergens Tidende skrev mye om kultur. Dagsavisen var lite opptatt av «Høyre-temaet» økonomi – som i stor grad dreide seg om skatter og avgifter – men var mer opptatt av et tema som bistand. Bergens Tidende skrev, naturlig nok, mye om lokale og regionale temaer, og benyttet også i stor grad lokale eksempler i sin dekning av mer nasjonale temaer. Det var også forskjeller når det gjelder *tidspunktet* for omtale av ulike saker; selv om det var mange likheter i de samlede temakategoriene, omtalte ikke avisene alltid det samme temaet samtidig.

Til tross for at mange av artiklene i avisene hadde sterke fellestrekk, har jeg konkludert med at avisene ikke «jaktet i flokk». En forklaring på dette – i tillegg til at alle avisene ser det som et viktig mål å få tak i «egensaker» – er at avisene jeg har analysert har mange forskjeller. Det er for eksempel mulig jeg ville funnet flere likheter mellom to populæraviser som Dagbladet og VG enn mellom VG og de andre avisene. Selv om det er færre forskjeller mellom kvalitetsaviser og populæraviser i Norge enn i land som for eksempel Storbritannia og Tyskland (se kapittel 2.1), stiller populæravis-genren større krav til dramatikk og salgbarhet enn kvalitetsavis-genren. Dette kan blant annet forklare VGs sterke fokus på «spillet i kulissene» rundt Arbeiderpartiets sonderinger om sykelønssaken, og oppslaget om Ap-representanter på Stortinget som ville at Jagland skulle trekke seg som partileder (se kapittel 9.1 og 3.2). *Mediedramaturgien* var her svært «typisk» for VG (Eide og Hernes 1987: kapittel 2.3). Forskjellen mellom avis-genrene kan også forklare det faktum at de

andre avisene la mindre vekt på de to sakene jeg nå har nevnt enn VG, og at de også kritiserte VG for å ha gått for langt med sitt Jagland-oppslag. Bergens Tidendes forankring i det lokale og regionale bidrar til å forklare denne avisens særegenheter. Dagsavisens historiske forankring innenfor arbeiderbevegelsen kan for eksempel forklare hvorfor et tradisjonelt Høyre-tema som reduksjon av skatter og avgifter ble vurdert som mindre interessant enn et solidaritetstema som bistand. Den liberal-konservative avisen Aftenposten utmerket seg lite i noen bestemt retning, men hadde et relativt stort antall valgkampreportasjer og artikler om kulturpolitikk.

Gjennomgangen av avisenes vektlegging av det politiske spillet versus substansen – problemstilling II – er behandlet i kapittel 6. Denne gjennomgangen viser at VG er den avisen som er mest opptatt av spillet. Bergens Tidende konsentrerte seg mer om den politiske substansen enn de andre avisene. Årsaken til denne forskjellen kan ligge i populærjournalistikkens krav til dramatikk, noe som meningsmålinger kan representere. Forskjellen mellom de tre kvalitetsavisene er mindre enn forskjellen mellom VG og de andre avisene.

Det politiske spillet var langt mer dominerende i leder- og kommentarartiklene enn i nyhetsartiklene. En mulig forklaring på dette kan være at kommentatorene fant det lettere å omtale spillet – først og fremst meningsmålingsresultater og regjeringalternativer – enn de politiske sakene. Dette kan skyldes frykt for å bli for partisk i omtalen av saker, eller det faktum at det er et begrenset antall saker å kommentere – hvilket skaper et behov for å også omtale andre spørsmål.

Var det mange spill-saker i forhold til substans-saker? Det er et vanskelig spørsmål å besvare. Det er liten tvil om at informasjonsverdien er mye sterkere når det er de politiske sakene – substansen – som omtales. I etterkant av stortingsvalget i 2001 ble det reist kritikk både mot partiene og mediene. Aftenposten skrev følgende på lederplass 29. september 2001:

De to siste ukene før valget abdiserte politikken til fordel for meningsmålingenes politiske rundetider. NRK, TV2 og vi i de store avisene har et felles ansvar for at det ble slik. Det er heller ikke enkelt å gi en praktiserbar anvisning på hvordan det burde vært gjort annerledes, men at dette fortrenget den politiske debatten, bør vi ta inn over oss.

Det er vanskelig å være uenig i at meningsmålingene fikk mye plass de siste ukene før valget, og at «hesteveddeløps-tendensen» – der politikk blir fremstilt som en idrettsgren (Broh 1980; se kapittel 1.2.2) – var påtagelig. Normativt sett vil mange hevde at velgerne har langt større utbytte av å vite hvordan de politiske partiene stiller seg i

forhold til et tema som for eksempel norsk medlemskap i EU enn å vite at Jens Stoltenberg og NHO-president Jens Ulltveit-Moe diskuterte sykelønnssaken under Regjeringens gallamiddag for kronprinsparet. Sett fra et slikt ståsted, vil målet være hundre prosent substans både på nyhets og leder-/kommentar plass. Mitt utgangspunkt for denne oppgaven er at mediene spiller en viktig demokratisk rolle. Dersom velgerne skal kunne få bakgrunn for egne meninger fra avisene slik at de blir i stand til å gjennomføre politiske resonnementer der det beste argumentet vinner – i tråd med Habermas' ideal (se kapittel 3.6) – vil målet være et sterkere fokus på de politiske sakene. Dette er et syn jeg langt på vei støtter.

På den annen side kan man hevde at det ikke er uvesentlig for velgerne å få vite hvilke partier som har mulighet til å danne regjering, eller hvilke partier som ligger best an på meningsmålingene. Mange ønsker ikke bare å stemme på de partiene man er mest enig med, de ønsker også å påvirke hvilken regjering man får gjennom taktisk stemmegivning. Da vil regjeringsspekulasjoner og meningsmålingsresultater være av stor interesse. Tatt i betraktning den omfattende bruken av meningsmålinger de siste årene, og det faktum at regjeringssituasjonen var svært uklar før valget i 2001, vil jeg hevde at 30 prosent spill på nyhetsplass og 55 prosent spill på leder- og kommentar plass ikke er en avskrekkende høy andel. Imidlertid vil det ikke skade om norske politiske journalister forsøker å fokusere enda mer på den politiske *substansen*.

Hovedproblemstillingen i denne oppgaven er i hvilken grad avisenes tidligere partitilknytning fortsatt var synlig i dekningen av valgkampen. I kapittel 7 har jeg forsøkt å vise at partitilknytningen er svak på nyhetsplass. Dette må forstås i lys av avpartifiseringen av pressen og de senere års profesjonalisering av journalistikken (se kapittel 1.2.3 og 3.4). På leder- og kommentar plass (kapittel 8) mener jeg imidlertid å ha funnet ulike politiske grunnsyn: Dagsavisen gir eksplisitt uttrykk for sine sympatier for politikkens venstreside, og Bergens Tidende forsøker ikke å skjule sin positive holdning til sentrumspartiene og sin uvilje mot Arbeiderpartiet. VG og Aftenposten er langt mindre eksplisitte, men i sin betoning av politisk langsiktighet og stabilitet, gir de uttrykk for en favorisering av Høyre og Arbeiderpartiet. VG uttrykker dette noe klarere enn Aftenposten.

I avisenes vurderinger av politikernes opptredener i fjernsynsdebatter – som også er en form for kommentarartikler – er det vanskeligere å se noen sammenheng mellom politisk ståsted og politikeromtalen. Jeg vil hevde at kommentatorene her i stor grad har lagt vekt på faktorer som politikernes *image* og *karisma*. Dette er ikke

noe nytt; allerede under fjernsynsdebatten mellom de amerikanske presidentkandidatene John F. Kennedy og Richard Nixon i 1960 hadde andre kriterier enn de rent politiske stor betydning. Radiopublikummet mente at Nixon hadde gjort det best, mens den yngre og mer karismatiske Kennedy ble kåret til vinneren av fjernsynspublikummet (Schudson 1995: 117). Ettersom også avisene legger stor vekt på fjernsynsopptredener i sin politiske dekning, blir betydningen av image og karisma også overført til avisleserne.

I gjennomgangen av behandlingen av sykelønnssaken har jeg forsøkt å illustrere forskjeller i avisenes behandling av saken. VG omtalte den mest, og dramaturgien var iøynefallende og «typisk» for VG. Fokuset var rettet mot Arbeiderpartiets «hemmelige spill i kulissene», noe som var en lite heldig framing for Arbeiderpartiet. Bergens Tidende omtalte også saken mye, mens Aftenposten la mindre vekt på den. Dagsavisen forsøkte først – som eneste avis – å forsvare Arbeiderpartiet, men ble etter hvert mer kritisk til partiets befatning med sykelønnsspørsmålet.

Ettersom Sosialistisk Venstreparti ble valgets «store vinner», har jeg sett nærmere på behandlingen av dette partiet. Jeg mener at samtlige aviser i mitt utvalg behandlet partiet svært pent, og hevder at de i liten grad opptrådte som selvstendige aktører under behandlingen av partiet. Med dette mener jeg at man forventer at selvstendige aktører stiller seg kritisk til politikere og politiske utspill, og i stor grad forsøker å redegjøre for politikken og dens konsekvenser. Min påstand er at dette i mindre grad kjennetegnet omtalen av SV, og man kan få inntrykk av at journalistene nærmest var fascinert av «solstrålen» Kristin Halvorsen. Fokuset på personlighet, image og velgertekke er imidlertid et velkjent fenomen (se kapittel 3.7).

## Epilog

Aviser skal informere og avdekke, men de skal også ta standpunkt og målbare holdninger. At en avis «tar parti» på valgdagen, gjør ikke avisen mindre fri. Det er utenfor lederspaltene en avis demonstrerer sin frihet og uavhengighet – ved å vise journalistisk integritet, og ved å slippe alle aktører i det politiske ordsiftet til med sine beste argumenter. – Kommentaren er fri, men fakta er hellig, sa C. P. Scott, The Guardians legendariske redaktør. Han sa også: «It is well to be frank, it is even better to be fair» (Per Edgar Kokkvold 2001).

I denne oppgaven har jeg forsøkt å argumentere for at Aftenposten, Bergens Tidende, Dagsavisen og VG er avpartifiserte, men ikke fullstendig *apolitiske* aviser. Det er vanskelig å si hvordan utviklingen vil bli i årene fremover. Pressen i USA og Storbritannia ble avpartifisert lenge før den norske, og i disse landene er det vanlig at avisene gir råd til sine lesere om hvem de bør stemme på ved valg. Rådene kan imidlertid variere fra valg til valg, og avisene blir ikke oppfattet som partiaviser selv om de, i valgtider, gir uttrykk for sine preferanser i forhold til bestemte politikere og politiske partier. Tidligere politisk redaktør i Bergens Tidende, Olav Kobbeltveit, mener at dette også kan bli situasjonen i Norge en gang i fremtiden:

*–Jeg intervjuet en gang daværende Dagsavisen-redaktør Steinar Hansson, og han sa at «så lenge vi har kommentar- og lederartikler, forsøk på politisk mening, analyse og veiledning, så synes jeg at hver avis skal gjøre seg opp en mening foran et valg om hvilket parti avisen støtter, gi en klar anbefaling, hva det er riktig å stemme og velge, uten at de skal drive rene kampanjer. Er du enig med ham?*

–Ja, jeg tror Steinar har et poeng. Vi er ikke helt gjennom prosessen ennå – vi har hatt frigjøringen fra partiene, og så skal vi vise hvor frie vi er. Et av virkemidlene da blir at vi slett ikke gjør det Steinar sier vi skal gjøre. Men jeg tror nok vi vil komme i den fasen etter hvert. Når vi føler oss så fri at vi ikke behøver å bevise at vi er fri hele tiden, vil vi kunne gjøre det. Og det er kanskje ikke så lenge til (Kobbeltveit 2003 [intervju]).

Politisk redaktør i Dagsavisen, Arne Strand, er enig:

Det som har skjedd ved de siste valgene er at avisene, i motsetning til før i tiden, ikke oppfordrer leserne til å stemme på bestemte partier. Det var jo helt normalt tidligere, og i dag fortsatt i Storbritannia. Etter at avisene løsrev seg fra partibindingene, ble de veldig redde for å ta standpunkt. Ved siste valg var det bare Dagens Næringsliv som anbefalte sine lesere å stemme på et bestemt parti – Høyre. Jeg tror vi kommer inn i en tid igjen der de fleste avisene vil gjøre som oss; kanskje går man også tilbake igjen og anbefaler bestemte partier når man har fått litt avstand til det. Det er jo det normale – store amerikanske aviser oppfordrer jo leserne sine til å stemme på bestemte partier. Det er det normale ute i verden, men fordi vi henger litt etter, tør ikke vi det nå. Men vi kommer til å gjøre det etter hvert (Strand 2003 [intervju]).

Politisk redaktør i VG, Olav Versto, sier at «det er ikke naturlig for VG å knytte seg opp mot noe bestemt politisk parti» (Versto 2003 [intervju]). Aftenpostens politiske redaktør, Harald Stanghelle, sier han er usikker på hvordan den politiske journalistikken vil forandres i årene som kommer:

Jeg vet ikke, jeg er rett og slett usikker på hvilken retning dette vil gå. For meg er det viktig at det må ligge en *reell uavhengighet* bak. Og en reel uavhengighet måtte da bety at en også kan ta standpunkt for partier som tradisjonelt ikke har vært tilknyttet avisen. Jeg er ikke helt sikker på om

det nødvendigvis er redselen for å fremstå som partiavis som gjør at avisene ikke tar standpunkt. Hvis for eksempel vi hadde valgt å skrive en leder på valgdagen i 2001 som tok til orde for et regjeringalternativ med Høyre som deltager, hadde ikke det skadet Aftenpostens omdømme. Folk leser hva vi skriver hver eneste dag, og jeg tror de fleste registrerer at vi opptrer uavhengig av partiene. Likevel mener jeg det er gode grunner til at vi ikke tok et klart standpunkt – som sagt måtte vi da ha markert en reell uavhengighet (Stanghelle 2003 [intervju]).

Kanskje vil det å ta politisk standpunkt bli et konkurransefortrinn for avisene i en verden der stadig flere medier – gjennom kabler og satellitter, i eteren, på papir og på Internett – formidler politisk journalistikk. Det er neppe mange som vil tilbake til et system der avisene fremsto som talerør for politiske partier. Men det er ikke umulig at mange vil synes det er en fordel om avisene kommer med *råd* til sine lesere, selv om disse rådene vil variere mellom hvert valg, og i ulike politiske situasjoner. Nettopp grundige analyser og god kommentarjournalistikk kan være redningen for aviser som forsøker å overleve i en verden preget av stadig større tilgang til nyheter.



# Litteratur

## Bøker, avhandlinger, Internett-sider, intervjuer, radioinnslag og avisartikler med forfatterhenvisning

- Allern, Sigurd (1997): *Når kildene byr opp til dans: Søkelys på PR-byråene og journalistikken*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Allern, Sigurd (2001): *Flokkdyr på Løvebakken: Søkelys på stortingets presselosje og politikkens medierammer*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Allern, Sigurd (2001 b): *Nyhetsverdier: Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Arblaster, Anthony (1987): *Democracy*. Milton Keynes: Open University Press.
- Asp, Kent (1982): «Väljarna och massemediernas partiskhet», i Asp, Kent et al.: *Väljare Partier Massmedia. Empiriske studier i svensk demokrati*. Stockholm: Liber Förlag.
- Asp, Kent (1986): *Mäktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Förlaget Akademilitteratur AB.
- Barstad, Lars Henie (2000): *Dagsavisen – partiavis eller uavhengig nyhetsmedium?*  
Semesteroppgave i medievitenskap ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Bilden, Kaare Mikael, Halvor F. Tretvoll, Knut Are Tornås og Hilde Restad (2001): «Myten om nyhetsmedienes målsetninger», *Radio Nova*, 10. desember.
- Bjerke, Paul (2001): *Fortsatt partipresse? Norske avisers holdning til regjeringsskiftet i mars 2000*. Volda: Høgskulen i Volda.
- Bjørklund, Tor (1991): «Election Campaigns in Postwar Norway (1945-1989): From Party Controlled to Media-Driven Campaigns», i *Scandinavian Political Studies*, Vol. 14 - No. 3.
- Bjørnstad, Nina (red.) og Jens E. Kjeldsen (artikkelred.): *Medienorge 2002 – Fakta om norske massemedier*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Broh, C. Anthony (1980): «Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election», i *Public Opinion Quarterly* Vol. 44: 514-529.
- Brun Jacobsen, Inger Beathe og Lotte H. Ruge (1992): *VG og the Sun: til folket – som folket?*  
Seminaroppgave ved Norsk Journalisthøgskole, Høgskolen i Oslo.
- Brurås, Svein (2001): «Vår ære og vår autonomi»: *Journalisters syn på yrkesrolle og etikk*. Volda: Høgskulen i Volda/Møreforskning Volda.
- Cappella, Joseph N. og Kathleen Hall Jamieson (1997): *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York/Oxford: Oxford University Press.

- Calhoun, Craig (red.) (1992): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge/London: MIT Press.
- Calmeyer, Bengt og Kjell-Olav Mathisen (1974): *Aftenposten*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Cook, Timothy E. (1998): *Governing With the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
- Dahl, Hans Fredrik (1975): *Hallo-Hallo!: Kringkastingen i Norge 1920-1940*. Oslo: J.W. Cappelens Forlag AS.
- Dahl, Hans Fredrik (1995): *Mediene og det moderne*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dahl, Hans Fredrik og Henrik G. Bastiansen (1999): «Ytringsfriheten i Norge i det 20. århundre», i *Særskilt vedlegg nr 1 til NOU 1999: 27, Ytringsfrihetskommisjonen*.
- Dearing, James W. og Everett M. Rogers (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications.
- Dunwoody, Sharon (1997): «Science Writers at Work», i Berkowitz, Dan (red.): *Social Meaning of News*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications. (Opprinnelig publisert i 1978).
- Eide, Martin og Gudmund Hernes (1987): *Død og pine!: Om massemedia og helsepolitikk*. Oslo: FAFO.
- Eide, Martin (1991): *Medievalkamp*. Oslo: Tano A.S.
- Eide, Martin (1995): *Blod, sverte og gledestårer: Verdens Gang 1945-95*. Oslo: Verdens Gang A/S.
- Eide, Martin (1998): *Popularisering, modernisering, strukturering: En populæravis tar form. Verdens Gang i forvandling 1945-81*. Bergen: Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Eide, Martin (1999): «Mot et institusjonelt perspektiv», i Eide, Martin (red.): *Medier – institusjoner og historie*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Eide, Martin (2000): *Den redigerende makt: Redaktørrollens norske historie*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Eide, Martin (2001): «Journalistisk makt. Et oppslag», i Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Entman, Robert M. (1989): *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics*. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Eriksen, Einar, Nils Hoshovde og Kjartan Rødland (1992): *År i forandring: En kavalkade over de siste 25 år i Bergens Tidendes historie*. Bergen: Bergens Tidende AS.

- Eriksen, Thor Gjermund (2003): Intervju med tidligere leder for Aftenpostens politiske avdeling (nå sjefredaktør i Dagbladet), Thor Gjermund Eriksen, 9. april 2003.
- Fairclough, Norman (1995): *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fallows, James (1996): *Breaking the News*. New York: Pantheon Books.
- Fasting, Kåre (1968): *Hundre års kavalkade: Bergens Tidende 1868-1968*. Bergen: Bergens Tidende og J. W. Eides Boktrykkeri A.S.
- Fowler, Roger (1991): *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London og New York: Routledge.
- Ghanem, Salma (1997): «Filling in the Tapestry: *The Second Level of Agenda Setting*», i McCombs, Maxwell, Donald L. Shaw og David Weaver (1997): *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Grepstad, Ottar (1988): *Retorikk på norsk*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Habermas, Jürgen (1991): *Borgerlig offentlighet – dens fremvekst og forfall*. Oslo: Gyldendal. (Utgitt på norsk for første gang i 1971; utgitt i Tyskland i 1962).
- Habermas, Jürgen (1992): «Further Reflections on the Public Sphere», i Calhoun, Craig (red.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge og London: MIT Press.
- Hansen, Anders, Simon Cottle, Ralph Negrine og Chris Newbold (1998): *Mass Communication Research Methods*. Houndmills/Basingstole/Hampshire/London: Macmillan Press Ltd.
- Hellevik, Ottar (1991): *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Heradstveit, Daniel og Tore Bjørge (1992): *Politisk kommunikasjon: Introduksjon til semiotikk og retorikk*. Oslo: Tano A.S.
- Hernes, Gudmund (1978): «Det mediavridde samfunn», i Hernes, Gudmund (red.): *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Bergen/Oslo/Tromsø: Universitetsforlaget. (Artikkelen ble opprinnelig utgitt i 1977).
- Hillesund, Terje (1994): *Står det noe nytt?: Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk.
- Holbrook, Thomas M. (1996): *Do Campaigns Matter?* Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications.
- Holsti, Ole R (1969): *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Massachusetts, California/London/Ontario: Addison-Wesley Publishing Company.

- Hultén, Britt (2000): *Journalistikanalys. En introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Høyer, Svennik (1995): *Pressen mellom teknologi og samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Johansen, Anders (2001): «Enkeltpersoner og kollektivpersoner: Journalistikk som bidrag til politisk kultur», i Eide, Martin (red.): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Johansen, Anders (2002): *Talerens troverdighet: Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Keane, John (1991): *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Kobbeltveit, Olav (2003): Intervju med tidligere politisk redaktør i Bergens Tidende (nå frittstående redaktør), Olav Kobbeltveit, 1. april.
- Kokkvold, Per Edgar (2001): «Når aviser tar parti», kommentarartikkel i *Dagsavisen* 16. september.
- Krogstad, Anne (1999): *Image i politikken. Visuelle og retoriske virkemidler*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Kronvall, Kai (red.) (1971): *Partipressen i dag*. Lund: Studentlitteratur.
- Lahlum, Hans Olav (2002): *Viktige personsifter i DNA 1945-75: Fra Gerhardsens lukkede oligarki til Brattelis åpne organisasjonsdemokrati?* Hovedoppgave i historie ved Universitetet i Oslo.
- Lantz, Annika (1993): *Intervjumetodik: Den professionellt genomförda intervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Mathiesen, Thomas (2002): *Makt og medier: En innføring i mediesosiologi*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- McCombs, Maxwell (1976): «Agenda-setting Research: A Bibliographic Essay», i *Political Communication Review* vol.1, no. 3.
- McNair, Brian (1999): *An Introduction to Political Communication*. London/New York: Routledge.
- McQuail, Denis (1994): *Mass Communication Theory: An Introduction*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications.
- Medieregisteret.no*, om Bergens Tidendes eiere.  
URL: <<http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&eid=1231>>  
[07.04.2003]
- Neuman, Iver B. (2001): *Mening, materialitet, makt: En innføring i diskursanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget.

- Norris, Pippa, John Curtice, David Sanders, Maragaret Schammell og Holli A. Semetko (1999): *On Message: Communicating the Campaign*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications.
- Ottosen, Rune (1996): *Fra fjærpenn til Internett: Journalister i organisasjon og samfunn*. Oslo: Aschehoug i samarbeid med Norsk Journalistlag.
- Patterson, Thomas E. (1980): *The Mass Media Election: How Americans Choose Their President*. New York: Praeger.
- Patterson, Thomas E. (1994): *Out of Order*. New York: Vintage Books.
- Pressepolitikk ved et tusenårsskifte: Dagspresseutvalgets innstilling* (NOU 2000: 15).
- Reinton, Per Olav (1990): *30-åring skutt i hodet: Pressens frivillige slaveri*. Oslo: J. W. Cappelens Forlag AS.
- Ringdal, Kristen (2001): *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Rui, Gunhild (1999): *Fra partipresse til en uavhengig nyhetspresse: En innholdsanalyse av Aftenposten, Arbeiderbladet, Dagbladet og VGs dekning av regjeringsspørsmålene under valgkampene i 1965 og 1997*. Hovedoppgave i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo.
- Raaum, Odd (1999): *Pressen er løs! Fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Schudson, Michael (1995): *The Power of News*. Cambridge/London: Harvard University Press.
- Sennett, Richard (1993): *The Fall of Public Man*. London/Boston: Faber og Faber. (Opprinnelig utgitt i 1976).
- Silverman, David (1993): *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage Publications Ltd.
- Simensen, Jens O. (1999): *Meningsbærer eller meningsløs: Om avisenes samfunnsrolle*. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk.
- Skog, Ole-Jørgen (1998): *Å forklare sosiale fenomener: En regresjonsbasert tilnærming*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Skårdalsmo, Kristian (2001): *Norwegian Campaigners - Professional Spin Doctors yet?* Masteroppgave ved School of Journalism, Media & Cultural Studies, Cardiff University, Wales.
- Slaatta, Tore (1999): *Medier, makt og demokrati: Et posisjonspapir for Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Makt- og demokratiutredningen 1998-2003.

- Solheim, Erik (1999): *Nærmere*. Oslo: N.W. Damm & Søn A.S. – Millennium.
- Soloski, John (1997): «News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of the News», i Berkowitz, Dan (red.): *Social Meaning of News*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications. (Opprinnelig publisert i 1989).
- Solstad, Arve (1965): «Politikk og presse». Kronikk i *Dagbladet* 13. oktober.
- Sparrow, Bartholomew H. (1999): *Uncertain Guardians: The News Media as a Political Institution*. Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press.
- Statsvitenskapelig leksikon* (1997). Redigert av Øyvind Østerud, Kjell Goldmann og Mogens N. Pedersen. Oslo: Universitetsforlaget.
- Strand, Arne (2003): Intervju med politisk redaktør i Dagsavisen, Arne Strand, 3. april.
- Stanghelle, Harald (2002): «Populismens penneknekter», kommentarartikkel i *Aftenposten* 11. mai.
- Stanghelle, Harald (2003): Intervju med politisk redaktør i Aftenposten, Harald Stanghelle, 30. april.
- Sundar, Egil (1993): *Kapitlet som aldri ble skrevet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Svåsand, Lars, Kaare Strøm og Bjørn Erik Rasch (1997): «Change and Adaption in Party Organization», i Strøm, Kaare og Lars Svåsand (red): *Challenges to Political Parties: The Case of Norway*. Michigan: The University of Michigan Press.
- Syvertsen, Trine (1997): *Den store TV-krigen: Norsk allmennfjernsyn 1988-96*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Sørbo, Jan Inge (1991): *Offentleg samtale – Presse-etiske grunnspørsmål*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Sørebo, Herbjørn (1970): *Minuttdemokratiet: Politikk i radio og fjernsyn*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Tidningarnas upplaga*, på hjemmesiden til Tidningarnas Förbund, Finland. URL: <http://www.sanomalehdet.fi/sv/tietoa/graafi1.shtml> [11.11 2002].
- Thorbjørnsrud, Kjersti (2001): *Vilje til makt?: Praksis og prinsipper i politisk journalistikk illustrert ved «Jaglandsaken»*. Hovedoppgave i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo.
- Tuchman, Gaye (1978): *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Versto, Olav (2003): Intervju med politisk redaktør i VG, Olav Versto, 31. mars.

- Von der Fehr, Anne Lise Mørch (1999): *Arbeiderbladets vei til Dagsavisen: Fra partiorgan til stiftelse*. Hovedoppgave i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo.
- Waldahl, Ragnar (1982): *Kommunikasjon og politisk deltakelse*. Oslo/Bergen/Tromsø: Universitetsforlaget.
- Waldahl, Ragnar (1992): *Mediepåvirkning*. Oslo: Ad Notam Gyldendal AS.
- Waldahl, Ragnar (1999): «Medier, meningsdannelse og den politiske dagsorden», i *Politica: Tidsskrift for politisk videnskap* nr. 2 1999. Århus: Institut for Statskundskab, Aarhus Universitet.
- Wanta, Wayne (1997): *The Public and the National Agenda: How People Learn About Important Issues*. Mahwah, New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Wasberg, Gunnar Christie (1960): *Aftenposten i hundre år, 1860-1960*. Oslo: Chr. Schibsteds forlag.
- Willnat, Lars (1997): «Agenda Setting and Priming: *Conceptual Links and Differences*», i McCombs, Maxwell, Donald L. Shaw og David Weaver (1997): *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Wimmer, Roger D. og Joseph R. Dominick (1994): *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Wærstad, Knut (1993): *Verdens Gang?* Hovedavhandling, embetsstudiet i sosiologi ved Universitetet i Oslo.
- Yin, Robert K. (1994): *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications.
- Østbye, Helge (1997): «Media in Politics: Channels, Arenas, Actors, Themes», i Kaare Strøm og Lars Svåsand (red): *Challenges to Political Parties: The Case of Norway*. Michigan: The University of Michigan Press.
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Terje Hillesund (1997): *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Østerud, Øyvind (1996): *Statsvitenskap. Innføring i politisk analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Østerud, Øyvind (2002): «Foreløpig maktdiagnose: Politikken på retrett», kronikk i *Aftenposten* 7. mars.
- Øverland, Arnulf (1946): *Det har ringt for annen gang: Taler og artikler*. Oslo: H. Aschehoug & Co. (W. Nygaard).

Øvrebø, Turid (1999): *Nyheter – bare en enkel journalistisk sjanger?: Refleksjon over nyhetspraksis innenfor rammene (... av Aftenpostens morgenummer)*. HiO-notat 1999 nr. 22. Høgskolen i Oslo.

Aardal, Bernt, i samarbeid med Henry Valen, Hanne Marthe Narud og Frode Berglund (1999): *Velgere i 90-årene*. Oslo: NKS-Forlaget.

**Aviser uten forfatterhenvvisning**

*Aftenposten* 11. august 2001.

*Aftenposten* 20. august – 10. september 2001.

*Aftenpostens* valgbilag 12. september 2001.

*Aftenposten* 29. september 2001.

*Aftenposten* 6. november 2001.

*Aftenposten* 8. mars 2003

*Aftenposten* 29. mars 2003.

*Aftenposten.no*. URL: <<http://tux1.aftenposten.no/info/d5792.htm>> [12.04.2003]

*Bergens Tidende* 20. august – 10. september 2001.

*Dagbladet.no*. URL: <[www.dagbladet.no/nyheter/2000/01/29/190557.html](http://www.dagbladet.no/nyheter/2000/01/29/190557.html)> [29. januar 2000]

*Dagbladet* 19. april 2003.

*Dagbladets Magasinet* 15. juni 2002.

*Dagbladets Magasinet* 15. mars 2003.

*Dagens Næringsliv* 24. august 2001.

*Dagens Næringsliv* 31. august 2001.

*Dagsavisen* 20. august – 10. september 2001.

*Journalisten* nr. 05/2003 (14. mars).

*Journalisten* nr. 06/2003 (28. mars).

*Journalisten.no*. URL: <<http://www.journalisten.no/2003/artikkel.asp?GUID={1E46D1C3-C958-4D07-B61F-517921A7ECF1}&kategoriID=3&temaID=104>> [21.03.2003]



*Morgenbladet* 13. mars 2003.

*VG* 20. august – 10. september 2001.

*VG* 7. mai 2003.

# Vedlegg

## Vedlegg 1 (til kapittel 5)

Tema	Dagsavisen	Aftenposten	Bergens Tidende	VG	Samlet prosentandel	N
<i>Meningsmålinger</i>						
Uke I	4	6	7	11	7	12
Uke II	3	4	8	7	6	12
Uke III	7	8	7	15	9	22
<i>Regjerings-spekulasjoner</i>						
Uke I	6	–	2	4	3	5
Uke II	5	9	2	2	5	10
Uke III	16	10	1	15	10	25
<i>Helse</i>						
Uke I	10	11	–	–	6	11
Uke II	5	6	6	–	5	10
Uke III	7	8	8	2	7	17
<i>Valgkampreportasje</i>						
Uke I	–	11	11	7	8	14
Uke II	8	9	9	5	8	18
Uke III	11	15	8	13	12	30
<i>Kritikk av politiske motstandere</i>						
Uke I	13	2	–	7	5	9
Uke II	10	–	3	–	4	8
Uke III	13	1	4	4	6	14
<i>Kultur</i>						
Uke I	–	2	2	–	1	2
Uke II	–	6	2	2	2	5
Uke III	3	10	15	–	8	20
<i>Miljøvern</i>						
Uke I	–	4	9	–	4	7
Uke II	–	6	5	–	3	6
Uke III	13	4	1	–	5	12

Vedlegg 1: Prosentvis fordeling av temaområdene som hadde fremgang fra første til tredje uke i de fire avisene. Uke I = mandag 20. august – søndag 26. august. Uke II = mandag 27. august – søndag 2. september. Uke III = mandag 3. september – mandag 10. september).

## Vedlegg 2 (til kapittel 5)

Tema	Dagsavisen	Aftenposten	Bergens Tidende	VG	Samlet prosentandel	N
<b><i>Sykelønn</i></b>						7
Uke I	4	–	4	11	4	
Uke II	3	7	3	26	9	19
Uke III	3	–	1	–	1	3
<b><i>Barn og unge</i></b>						
Uke I	–	6	–	–	2	3
Uke II	17	2	–	2	6	12
Uke III	–	3	–	–	1	2
<b><i>Skole/utdanning</i></b>						
Uke I	8	6	20	4	10	19
Uke II	10	11	16	14	13	28
Uke III	2	7	4	2	4	10
<b><i>Kriminalitet</i></b>						
Uke I	2	6	–	–	2	4
Uke II	–	2	2		1	2
Uke III	–	1	–	–	0	1
<b><i>Økonomi</i></b>						
Uke I	15	15	13	32	17	31
Uke II	3	13	11	7	9	19
Uke III	5	5	14	10	9	22
<b><i>Utenriks</i></b>						
Uke I	–	2	–	–	1	1
Uke II	8	13	6	7	9	19
Uke III	2	1	1	2	2 (	4
<b><i>Bistand</i></b>						
Uke I	6	2	–	–	2	4
Uke II	7	–	3	–	3	6
Uke III	3	–	1	–	1	3
<b><i>Kronprins- bryllupet</i></b>						
Uke I	4	6	2	14	5	10
Uke II	–	–	–	–	–	
Uke III	–	–	–	–	–	
<b><i>Forsvar</i></b>						
Uke I	2	–	–	–	1	1
Uke II	–	–	–	–	–	
Uke III	–	4	–	–	1	3

Vedlegg 2: Prosentvis fordeling av temaområdene som hadde nedgang fra første til tredje uke i de fire avisene. Uke I = mandag 20. august – søndag 26. august. Uke II = mandag 27. august – søndag 2. september. Uke III = mandag 3. september – mandag 10. september).

### Vedlegg 3 (til kapittel 5)

Tema	Dagsavisen	Aftenposten	Bergens Tidende	VG	Samlet prosentandel	N
<i>Annet</i>						
Uke I	25	24	30	11	<b>24</b>	44
Uke II	20	13	25	26	<b>21</b>	46
Uke III	16	23	32	38	<b>27</b>	68

Vedlegg 3: Prosentvis fordeling av temakategorien «annet» fordelt på de tre ukene. Uke I = mandag 20. august – søndag 26. august. Uke II = mandag 27. august – søndag 2. september. Uke III = mandag 3. september – mandag 10. september).

### Vedlegg 4 (til kapittel 8)

	Dagsavisen	Aftenposten	Bergens Tidende	VG	Totalt	N
Regjeringsspekulasjoner	26	13	12	7	<b>14</b>	18
Meningsmålinger	3	20	6	13	<b>10</b>	13
Valgkamp	3	10	18	10	<b>10</b>	13
Kritikk av politiske partier	20	7	9	3	<b>10</b>	12
Sykelønnssaken	7	13	9	10	<b>10</b>	12
Økonomi	7	7	3	3	<b>5</b>	6
Utenriks	–	3	–	13	<b>4</b>	5
Skole/utdanning	3	3	–	10	<b>4</b>	5
Miljøvern	–	3	6	–	<b>2</b>	3
Annet	30	20	38	32	<b>30</b>	38
Totalt	99	99	101	101	99	
N	30	30	34	31		125

Vedlegg 4: Fordelingen av temaer i leder- og kommentarartiklene

### Vedlegg 5 (til kapittel 8): Vurdering av fjernsynsdebattene i de fire avisene

Arbeiderpartiet	Negativ	Middels	Positiv	Prosent totalt	Opinionsbalanse	N
Dagsavisen	20	80	–	100	– 20	5
Aftenposten	20	60	20	100	0	5
Bergens Tidende	40	60	–	100	– 40	5
VG	10	60	30	100	+ 20	10
Totalt	<b>20</b>	<b>64</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	<b>– 4</b>	
N	5	16	4			25

<b>Høyre</b>	<b>Negativ</b>	<b>Middels</b>	<b>Positiv</b>	<b>Prosent totalt</b>	<b>Opinionsbalanse</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	20	–	80	100	+ 60	5
<b>Aftenposten</b>	–	80	20	100	+ 20	5
<b>Bergens Tidende</b>	20	80	–	100	– 20	5
<b>VG</b>	22	67	11	100	– 11	9
<b>Totalt</b>	<b>17</b>	<b>58</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>+ 8</b>	
<i>N</i>	4	14	6			24

<b>Kristelig Folkeparti</b>	<b>Negativ</b>	<b>Middels</b>	<b>Positiv</b>	<b>Prosent totalt</b>	<b>Opinionsbalanse</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	50	25	25	100	– 25	4
<b>Aftenposten</b>	20	40	40	100	– 20	5
<b>Bergens Tidende</b>	40	40	20	100	– 20	5
<b>VG</b>	33	67	–	100	– 33	9
<b>Totalt</b>	<b>35</b>	<b>48</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>– 18</b>	
<i>N</i>	8	11	4			23

<b>Venstre</b>	<b>Negativ</b>	<b>Middels</b>	<b>Positiv</b>	<b>Prosent totalt</b>	<b>Opinionsbalanse</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	67	–	33	100	– 34	3
<b>Aftenposten</b>	–	75	25	100	+ 25	4
<b>Bergens Tidende</b>	50	25	25	100	– 25	4
<b>VG</b>	25	75	–	100	– 25	4
<b>Totalt</b>	<b>33</b>	<b>47</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>– 13</b>	
<i>N</i>	5	7	3			15

<b>Senterpartiet</b>	<b>Negativ</b>	<b>Middels</b>	<b>Positiv</b>	<b>Prosent totalt</b>	<b>Opinionsbalanse</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	33	–	67	100	+ 34	3
<b>Aftenposten</b>	67	33	–	100	– 67	3
<b>Bergens Tidende</b>	67	33	–	100	– 67	3
<b>VG</b>	25	75	–	100	– 25	4
<b>Totalt</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>– 31</b>	
<i>N</i>	6	5	2			13

<b>Sosialistisk Venstreparti</b>	<b>Negativ</b>	<b>Middels</b>	<b>Positiv</b>	<b>Prosent totalt</b>	<b>Opinionsbalanse</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	20	20	60	100	+ 40	5
<b>Aftenposten</b>	–	–	100	100	+ 100	3
<b>Bergens Tidende</b>	25	50	25	100	0	4
<b>VG</b>	20	40	40	100	+ 20	5
<b>Totalt</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>+ 35</b>	
<i>N</i>	3	5	9			17

<b>Fremskrittspartiet</b>	<b>Negativ</b>	<b>Middels</b>	<b>Positiv</b>	<b>Prosent totalt</b>	<b>Opinionsbalanse</b>	<i>N</i>
<b>Dagsavisen</b>	40	20	40	100	0	5
<b>Aftenposten</b>	33	67	–	100	– 33	3
<b>Bergens Tidende</b>	50	50	–	100	– 50	4
<b>VG</b>	50	33	17	100	– 33	6
<b>Totalt</b>	<b>44</b>	<b>39</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>– 27</b>	
<i>N</i>	8	7	3			18

#### **Vedlegg 6: Valgresultatet**

<b>Parti</b>	<b>Ap</b>	<b>SV</b>	<b>RV</b>	<b>Sp</b>	<b>KrF</b>	<b>V</b>	<b>H</b>	<b>Frp</b>	<b>Kyst-partiet</b>	<b>Andre</b>
<b>Valgresultat (Prosent)</b>	24,4	12,4	1,2	5,6	12,4	3,9	21,2	14,7	1,7	2,4
<b>Fremgang (+) eller tilbakegang (–)</b>	– 10,6	+ 6,5	– 0,5	– 2,4	– 1,3	– 0,6	+ 6,9	– 0,6	+ 1,7	+ 0,8

**Kilde: Aftenpostens valgbilag 12. september 2001**

## Vedlegg 7: Intervjuguide

Spørsmålene i denne intervjuguiden ble stilt til alle redaktørene jeg har intervjuet. Ettersom ansvaret for den politiske dekningen i Aftenposten før stortingsvalget i 2001 var fordelt på Harald Stanghelle (den politiske leder- og kommentarjournalistikken) og Thor Gjermund Eriksen (den politiske nyhetsjournalistikken), har Stanghelle og Eriksen bare blitt stilt spørsmål innenfor sitt ansvarsområde.

Ettersom mine intervjuer var halvstrukturerte, har jeg også stilt enkelte individuelle spørsmål til redaktørene. Redaktørene har også fremlagt informasjon og synspunkter på eget initiativ. Disse delene av intervjuene er ikke beskrevet i intervjuguiden.

### Spørsmål

1) Mange norske aviser har et politisk grunnsyn, selv om de ikke opptrer som partipresse for noe bestemt parti. *Har din avis et bestemt politisk grunnsyn?*

2) *Vil du si at din avis støtter et bestemt politisk parti, eller en bestemt politisk side, i dag?*

3) [Jeg redegjør for min analyse av nyhetsartiklene i redaktørens avis] *Vil du si at det ligger en bevisst tanke bak omtalen av partiene på nyhetsplass?*

4) Nyhetsartikler skal ifølge journalistiske profesjonsnormer i stor grad være så nøytrale som mulig, mens ledere og kommentarer gir større rom for egne meninger. *Hvor langt synes du at din avis' kommentatorer kan, og skal gå, når det gjelder å offentliggjøre egne politiske preferanser?*

5) [Jeg redegjør for min analyse av leder- og kommentarartiklene]. *Vil du si at det ligger en bevisst tanke bak de resultatene jeg har kommet frem til?*

6) I lederartiklene på valgdagen gikk Bergens Tidende til angrep på Arbeiderpartiet, og Dagsavisen oppfordret leserne til å stemme mot et Høyre-styre, som det sto i tittelen. Aftenposten og VG brukte plassen hovedsakelig til å oppfordre folk til å benytte stemmeretten.

Jeg intervjuet en gang daværende Dagsavisen-redaktør Steinar Hansson, og han sa at «så lenge vi har kommentar- og lederartikler, forsøk på politisk mening, analyse og veiledning, så synes jeg at hver avis skal gjøre seg opp en mening foran et valg om hvilket parti avisen støtter, gi en klar anbefaling, hva det er riktig å stemme og velge, uten at de skal drive rene kampanjer»

*Hva mener du om dette – bør avisene kunne våge å mene noe om partivalg, og hvorfor gjør/gjør ikke din avis dette?*

7) Mange har hevdet at norske politiske journalister i stor grad «jakter i flokk», og at den politiske journalistikken i Norge er ganske lik på tvers av avisene. *Er du enig i dette, og hvor viktig er det for din avis er å få tak i eksklusive saker?*

8) Jeg har analysert hvor mange av sakene i avisene som kan kalles «spill-» og «substans»-orienterte. Spill-orienterte artikler fokuserer på regjeringsmakten, etableringen av mulige koalisjoner, taktikk og politisk spill generelt. Substans-orienterte artikler ser partienes standpunkter i forhold til politiske saker som skole, velferd etc.

*Hva er ditt syn på andelen spill og substans i din avis?*

9. *Hva vil du si er formålet med den politiske journalistikken i din avis?*